UNIVERSITE DE PARIS IV SORBONNE - CELSA
École Doctorale 5, EA 1498

Thèse pour obtenir un

DOCTORAT
EN
SCIENCES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

ANNEXES

« FEMME, EAU ET DEVELOPPEMENT DURABLE

DE L'INVISIBLE AU VISIBLE »

A partir d'une étude comparative de SUEZ, deses filiales et les organisations encadrant son discours au sein de l'Espace public en France et au Maroc.

Sous la direction de
Madame lé Professeur Nicole d'Almeida

Présentée et soutenue publiquement par Céline Hervé-Bazin
18 décembre 2009

« You will always find an answer in the sound of water »
Chuang Tzu

SOMMAIRE DES ANNEXES

Contexte du sujet		
1.	Chronologie « Eau, Genre et Développement Durable »	6
Corpus et méthodologie		
2.	Liste du corpus	11
3.	Grilles d'analyse & Résultats d'analyse a. Grille d'analyse globale sur Eau, Visible et Invisible b. Grille d'analyse sur Femme, Eau et Développement Durable c. Résultats de l'analyse	22 22 26 27
4.	Présentation du logiciel *Tropes*	29
Résultats quantitatifs et qualitatifs de l'analyse du corpus		
5.	Représentations symboliques a. Résultats analyse quantitative de *La Bible* et *Le Coran*	30
6.	Textes législatifs et discours en France et au Maroc a. Présentation des résultats d'analyse sur les lois et directives en France b. Présentation des résultats d'analyse sur les lois et discours au Maroc c. Résultats d'analyse quantitative sur les lois en France d. Résultats d'analyse quantitative sur les lois au Maroc	 32 34 38 38
7.	Conférences internationales a. Résultats d'analyse quantitative et discursive	 39
8.	UNESCO : Organisation internationale non gouvernementale a. Présentation de l'UNESCO b. Rapport observation participante et Mission Rencontre internationale des Chaires UNESCO c. Résultats d'analyse quantitative du corpus UNESCO	 56 57 60
9.	ONEP et Eau de Paris : Producteurs et distributeurs publics de l'eau a. Présentation de l'ONEP b. Résultats quantitatifs c. Rapport de stage à l'ONEP d. Présentation d'Eau de Paris à partir de l'analyse qualitative de ses supports e. Résultats quantitatifs	 63 66 66 83 84
10.	PsEAU et ALMAE : Association locale, réseaux internationaux a. Présentation du psEAU b. Résultats de l'analyse quantitative du corpus du psEAU c. Observation participante et collaboration avec ALMAE d. Résultats de l'analyse quantitative du corpus d'ALMAE	 85 86 90 92

11.	SUEZ, SUEZ Environnement, Lyonnaise des Eaux et LYDEC : Groupe international implanté localement	96
	a. Historique d'une multinationale française, SUEZ	97
	b. Rapport d'organisation, de la multinationale aux entités locales	98
	c. Présentation de Lyonnaise des Eaux	100
	d. Présentation de LYDEC	101
	e. Les cadres visibles et invisibles du discours de SUEZ et ses filiales	102
	f. La politique de Développement Durable de SUEZ et ses filiales	112
	g. Résultats de l'analyse quantitative du corpus	122
	h. Etude de cas : « De vous à nous, choisissez l'eau du robinet. Analyse du support consommateur de Lyonnaise des Eaux, L'eau & vous »	128 129
	i. Résultats de l'analyse discursive du corpus de LYDEC	147
Entretiens semi-directifs		
12.	Questionnaire des entretiens	157
13.	Entretiens retranscrits	159
Questionnaire sur *L'eau et vous*, magazine de Lyonnaise des Eaux ciblé sur les femmes		
14.	Questionnaire *L'eau & vous*	250
15.	Réponses au questionnaire sur *L'eau & vous*	254
16.	Résultats du questionnaire *L'eau & vous*	282
17.	Extraits de *L'eau & vous* et *LYDEC & vous*	294
Etude genrée à Lydec		
18.	Enquête « Etre Femme à LYDEC »	300
19.	Résultats du questionnaire : Baromètre Genre à LYDEC	305
Approche symbolique de l'eau et la femme		
20.	Les images, les imaginaires de l'eau	
	- Eau et symbolique, grandes représentations	310
	- Les cinq grandes figures féminines de l'eau	312
	- Les divers portraits d'Ophélie représentant les traits d'une jeune femme au teint blanc	316
	- Les femmes au puits	319
21.	Résultats d'entretiens : Quel lien entre eau et femmes ?	323
22.	Résultats d'entretiens : Les valeurs liées à Eau, Femme et Développement Durable	329
Deux études de terrain complémentaires : Lamkenssa et Saint-Pol-sur-Mer		
23.	Présentation de Saint-Pol-sur-mer	331
	a. Présentation générale	331
	b. Photos de la commune de Saint-Pol-sur-Mer	332
24.	Programme « eau pour tous »	
	a. Aider les plus démunis à payer leur facture	333

	b. Initiative Eau pour tous au Centre Nord Littoral	335
25.	Le douar Lamkenssa	337
26.	Programme INMAE	
	a. Méthode de diagnostic social	338
	b. Méthode de sensibilisation aux bonnes pratiques liées à l'eau et à l'assainissement	341
	c. Enquête de satisfaction Bloc A et B Lamkenssa 5	343
	d. Enquête de satisfaction Genre, Santé et Habitat insalubre	346
	e. Synthèse Enquête de satisfaction Genre, Santé et Habitat insalubre	352
	f. « L'accès à l'eau et aux services pour elles, pour tous, à travers le programme INDH-INMAE. »	361
	g. Dépliant sur les impacts de l'arrivée de l'eau pour les femmes	366
Interventions, conférences et articles publiés de Céline Hervé-Bazin (Par ordre chronologique)		
1.	"The figures of water and religion", "Water as a key for social and economic development in Morocco & Water", "Women and sustainable development", Al Akhawayn University in Ifrane, Ifrane, Morrocco, october 5-6 2006. *(Power point)*	367
2.	« L'eau, ingérence internationale impossible face à l'ingérence médiatique », Journée d'études dans le cadre de la semaine du développement durable, « Medias, Environnement et Développement Durable », **CELSA, Université Paris IV Sorbonne**, France, 4 avril 2007.	373
3.	« Citoyenneté modèle et environnement sur l'espace public, un prétexte de la pénétration de la sphère privée par l'entreprise », Conférence internationale : "Communication and Argumentation in the Public Sphere: Public Space *versus* Private Space", **Université de Galati, Roumanie**, 12 - 14 avril 2007.	378
4.	"The importance of integrating a gender approach in water supplies programs: the case of LYDEC in Casablanca"**, 6th World Wide Workshop for Young Environmental Scientists**, Vitry-sur-Seine, France, April 24-27 2007.	390
5.	"Gender and Private Companies in Water Supplies Programs, Case of LYDEC in Casablanca", **UNESCO - IHP Symposium**, Paris, France, September 12-14 2007.	398
6.	« Genre et pratiques judiciaires dans la région de Rabat », GREGAM, Casablanca, Maroc, 21 septembre 2007.	404
7.	« La circulation du « genre » : entre « approche genre » et « réalité genrée » à travers une expérience de terrain comparée du genre en France et au Maroc dans le cadre du développement durable », Parcours SIC, **Université de Lille III**, Lille, France, 18 au 20 juin 2008.	410
8.	"Water management and gender issues: terms of discussion", Young Water Professionals Program, **IWA Conference**, **University of Berkeley**, Berkeley, USA, July 16-18 2008.	416
9.	« Eau et lobby, menace ou opportunité ? », L'environnement sous la pression des lobbies, Master Recherche Géographie environnementale et paysages, Université Paris I, Pavillon de l'eau, Paris, France, 11 février 2009. *(Power point)*	424
10.	« Eau, Femme et Développement Durable », Séminaire CELSA, Neuilly-sur-Seine, France,	425

	12 février 2009. *(Présentation orale)*	
11.	"Providing a vision for water innovation for European water research", APA 2009, International Exhibition and Conference on Water, Bucharest, Romania, June 22-23 2009.	426
12.	Soumission Texte, Revue des Arts de l'Oralité, Appel à contribution, Avril 2008, Association OCCAD (A but non lucratif) Oralité, Conte pour l'Amitié, le Dialogue et le Développement, Béni-Mellal, Maroc : « Eau et femme, entre symbolique et valeurs féminines. » *(Restée sans réponse)*	427
13.	Soumission d'article pour présentation orale. Colloque franco brésilien, 2-3 septembre, Curitiba (Brésil) : « Genre et Développement en SIC, un domaine délaissé en France ? »	435
14.	Soumission d'article pour présentation orale. Young Water Professionals, Regional workshop for Benelux, Eidenhoven, the Netherlands; September 2009: "Adapting research and politics through applied IRWM, the WssTP as a tool for an integrated European water research sector?"	441

CONTEXTE DU SUJET

1. CHRONOLOGIE « EAU, GENRE ET DEVELOPPEMENT DURABLE »

1970	Publication de l'ouvrage de Ester Boserup, *Woman's Role in Economic Development.* London: G. Allen & Unwin Ltd. Premier ouvrage à parler des conséquences du développement économique pour la femme.
1972	Conférence des Nations Unies sur l'environnement, Stockholm.
1972	Création de l'ONEP pour la planification en matière de gestion de l'eau potable.
1974	Création du Conseil National de l'Environnement, Décret du 28 mai 1974 pour l'institution d'un organisme chargé de la protection de l'environnement intitulé alors Comité.
1974	Publication de l'ouvrage de Françoise d'Eaubonne, *Le Féminisme ou la mort*, où apparaît la notion d'éco-féminisme.
1976	Création de l'UNIFEM.
1977	Conférence des Nations Unies sur l'eau, Mar del Plata.
1977	Conférence des Nations Unies sur la désertification.
1979	Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes.
1979	Projet de révision de la Moudawana.
1981	Officialisation de la révision du code de la Moudawana avec un code complet comprenant 504 articles.
1981-1990	Décennie internationale sur l'eau potable et l'assainissement.
1983	Publication du livre de Vandana Shiva, Ecofeminism, Halifax : Fernwood Publications. Premier ouvrage sur les liens entre femmes et ressources.
1985	Création de l'association ADFM : Association Démocratique des Femmes du Maroc.
1987	Rapport Brundtland.
1987	Création de l'association UAF : Union de l'Action Féminine.
1989	Convention internationale relative aux droits de l'enfant.
1990	Consultation mondiale sur l'approvisionnement en eau et l'assainissement pour les années 90, New Delhi.
1990	Charte africaine sur le Droit et le Bien Etre des enfants.
1990	Cellule « intégration de la femme au développement », Ministère des Affaires Etrangères.

1992 Conférence internationale sur l'eau et l'environnement, Dublin.

1992 Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (Sommet planète Terre), Rio De Janeiro.

1992 Agenda 21.

1992 Création de l'association AMDF : Association Marocaine des Droits des Femmes.

1993 Conférence internationale sur les droits de l'homme, Vienne.

1993 Publication de l'ouvrage de Caroline Moser, Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training. London and New York: Routledge, 1993. Description des trois rôles de la femme dans la communauté et liens avec les ressources naturelles.

1993 Signature de la Convention CEDAW par le Maroc.

1993 Création de l'association ALMAE, Alliance Maghreb Machrek sur Genre et Eau.

1993 Création de l'association LDDF : Ligue Démocratique pour le Droit des Femmes.

1994 Conférence ministérielle sur l'eau potable et l'assainissement, Noordwijk.

1994 Conférence internationale des Nations Unies sur la population et le développement, Le Caire.

1994 Publication de l'ouvrage de Rosi BRAIDOTTI (avec Ewa CHARKIEWICZ, Sabine HAUSLER, Saskia WIERINGA), Women, the environment and sustainable development. Toward a theoretical synthesis. London: Zed Books Ltd, 1994. Lien établi entre femme, environnement et Développement Durable.

1995 Sommet mondial pour le développement social, Copenhague.

1995 4ème Conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes, Beijing.
Rapport sur la 4ème Conférence mondiale sur les femmes.
New York : Nations Unies, 4-15 septembre, 1995.

- Première définition officielle du genre. « Le genre se réfère aux relations entre hommes et femmes basées sur des rôles socialement définis que l'on assigne à l'un ou l'autre sexe »[1].

- Lien entre Femme, Développement et accès aux ressources.

> « La participation des femmes au développement économique et social, l'égalité des chances et la pleine participation, sur un pied d'égalité, des femmes et des hommes, en tant qu'agents et bénéficiaires d'un développement durable au service de l'individu sont des conditions essentielles à l'élimination de la pauvreté au moyen d'une croissance économique soutenue, du développement social, de la protection de l'environnement et de la justice sociale. »[2]

> « Promouvoir l'indépendance économique des femmes, notamment par l'emploi, et éliminer le fardeau de plus en plus lourd que la pauvreté continue de faire peser sur les

[1] 4ème Conférence Mondiale de Beijing sur les Femmes, Beijing, 1995.
[2] Énoncé n°16, Déclaration de la Conférence mondiale de Beijing sur les Femmes, Beijing, 1995.

femmes, en s'attaquant aux causes structurelles de la pauvreté par des changements de structures économiques assurant à toutes les femmes, notamment aux rurales, l'égalité d'accès, en tant qu'agents essentiels du développement, aux ressources productives, aux possibilités de promotion et aux services publics. »[3]

1995 Dahir n°1-95-154 du 16 août 1995 portant promulgation de la loi 10-95 sur l'eau du 20 septembre 1995.

1995 Signature de Action 21. Création d'un Réseau de Développement Durable.
Lancement de la Stratégie Nationale de Développement Durable.

1995 Décret 20 janvier 1995 pour la réorganisation des organismes chargés de la protection de l'environnement.

1995 95 Maghreb égalité (suite Pékin).

1996 Conférence des Nations Unies sur les établissements humains (Habitat II), Istanbul.

1996 Sommet mondial de l'alimentation, Rome.
Création du World Water Council.

1997 1er Forum mondial de l'eau, Marrakech.

1997 Création de la Chaire UNESCO Interdisciplinaire pour une Gestion Durable de l'Eau, Université Hassan II.

1998 Conférence internationale Eau et Développement Durable de Paris.

1998 Plan d'action national pour l'intégration de la femme au développement.

1998 Résolution sur le genre.

1999 Dahir n° 1-99-174 du 30 juin 1999 portant promulgation de la loi n° 19-98 modifiant et complétant la loi n° 10-95 sur l'eau.

1999 Création de l'association AMPFR : Association Marocaine de Promotion de la Femme Rurale.

1999 Echec du projet d'intégration de la femme au développement économique et social.
Le Département de la Protection de la Femme et de l'Enfant en prend la charge.
Création du Front et Réseau d'appui au plan pour intégration de la femme au développement économique et social.

1999 Création de l'Espace Associatif.

2000 2ème Forum mondial de l'eau, La Haye. Création de Gender and Water Alliance.
Déclaration ministérielle sur la sécurité de l'eau au XXIème siècle.

2000 Objectifs du Nouveau Millénaire.

2000 Onu 23ème Session. Beijing +5.
Rapport "Women 2000 and beyond". United Nations. Department of Economic and Social Affairs. Division for the Advancement of Women.

[3] Énoncé n°26, Déclaration de la Conférence mondiale de Beijing sur les Femmes, Beijing, 1995.

2000	Signature de conventions intitulées « Genre et Développement » de coopération avec les représentants du FNUAP, PNUD et UNIFEM. Objectif : établir un plan d'action national pour l'intégration de la femme et le pilotage d'opérations tests.
8 mars 2000	Manifestations pour et contre le plan d'action national pour l'intégration de la femme au développement.
2001	Conférence internationale sur l'eau douce, Bonn.
2001	Discours d'ouverture de S.M. le Roi Mohammed VI, 9ème session du Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat à Agadir, 21 juin 2001.
2001	Discours de S.M. le Roi Mohammed VI pour l'ouverture des travaux du Conseil Supérieur de la Promotion Nationale et du Plan. Il souligne l'importance du rôle de la femme pour le développement du Maroc.
2001	Campagne Printemps de l'Egalité.
2001-2003	Ministère chargé de la condition de la femme, la protection de la famille et de l'enfance et l'intégration des handicapés.
2001	Création de l'Association des femmes chefs d'entreprise du Maroc (AFEM).
2002	Sommet mondial sur le développement durable, Rio + 10, Johannesbourg.
2002	Lancement plan d'action pour l'environnement : PANE.
2002	Premier budget pour les femmes rurales.
2002	Discours de S.M. le Roi Mohammed VI au Sommet Mondial sur le Développement Durable, Johannesburg, Septembre 2002.
2003	3ème Forum mondial de l'eau, Kyoto.
2004	Commission sur le statut de la femme, 48ème session.
2004	XI Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (UNCTAD) São Paulo, 18 juin 2004.
2004	Dahir n° 1-04-22 du 12 hija 1424 (3 février 2004). Portant promulgation de la loi n° 70-03 Portant sur le Code de la Famille.
2005	Commission sur le statut de la femme, 49ème session. Rapport : "A Gender Perspective on Water Resources and Sanitation". United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Commission on sustainable development : Background paper N°2 DESA/DSD/2005/2, New York: Interagency Task Force on Gender and Water.
2005	Discours royal de S.M. le Roi Mohammed VI, Lancement de l'Initiative Nationale de Développement Humain, 18 mai 2005.
2005	Premier colloque « Femmes méditerranéennes et défis du développement humain. »

2005	Création de la Chaire Unesco « Eau, Femme et pouvoir de décision », Université Al-Akhawayn..
2005-2015	Décennie internationale d'action l'eau source de vie.
2005-2015	Décennie pour l'éducation en vue du Développement Durable.
2006	4ème Forum mondial de l'eau à Mexico.
2006	Disours royal de S.M. le Roi Mohammed VI, à l'occasion du Rapport Développement Humain, 6 janvier 2006.
2006	1er Rapport sur la dimension genre en annexe du rapport économique et social accompagnant la loi de finance annuelle du Ministère des Finances.
2007	Rencontre « Rôle des femmes marocaines dans le processus national du développement » à Tanger.
2008	4ème Rapport sur l'état des réformes visant à l'égalité des sexes dans le cadre du CEDAW.

2. LISTE DU CORPUS

SYMBOLIQUE ET CROYANCES RELIGIEUSES SUR L'EAU ET LA FEMME

Textes sacrés :
La Bible, version de Louis Segond (1910).
Le Coran, traduction de Mouhammad Hamidullah (1990).
La Torah : Le Pentateuque (2001) et Le Talmud, traduction de A. Cohen.

Revue littéraire :
BACHELARD, G. L'eau et les rêves, essai sur l'imagination de la matière. Paris : Librairie José Corti, 1942.
BERNARDIS, M.-A. Le Grand livre de l'eau. Paris : La Manufacture, 1990.
CAULIER, B. L'eau et le sacré, les cultes thérapeutiques autour des fontaines en France du Moyen-Age à nos jours. Paris : Editions Beauchesne, 1990.
DURAND, G. Les structures anthropologiques de l'imaginaire. Grenoble : Imprimerie Allier, 1959.
EL GHASSEM O.A. Eléments pour une symbolique maure : de la dune au puits. Paris : L'Harmattan, 2001.
FARUQUI, N. I. ; BISWAS, A. K. & BINO, M. J. La gestion de l'eau selon l'Islam, Editions Karthala : Paris, 2003.
GOUBERT, J.-P. L'eau puissance civilisatrice. Paris : C.I. EAU, 2002.
GRITTI, J. L'eau, mythes et symboliques. Paris : CIEAU, 2001.
HIDIROGLOU, P. L'eau divine et sa symbolique. Paris : Albin Michel, 1994.
JASKULKÉ, E. « Eau, symboles et religions », Lyonnaise des Eaux, Les Actes du FIG 2002 : Saint Dié des Vosges, 2002.
KAPFERE, A.-D. « Entre le mythe et la contrainte : l'eau dans un Moyen-Age picard et Boulonnais », p. 239-250 dans BUSHNIGER, D & CRÉPIN, A. Les quatre éléments dans la culture médiévale. Stuttgart : Kunnmerle Verlag, 1983.
KELEN, J. Les femmes de la Bible. Tournai : La Renaissance du livre, 2002.
LARBI BOUGUERRA, M. « Symbolique et culture de l'eau ». Les rapports de l'Institut Veolia Environnement n°5. Paris : Institut Veolia Environnement, 2006.
MALISSAR, A. Les Romains et l'eau. Paris : Les Belles Lettres, 2002.
MASSON, D. L'eau, le feu, la lumière. Pari : Desclée de Brower, 1985.
MORGENZTERN, M. (sous la direction) Les Français et l'eau. 10 ans d'opinion et d'études 1995 – 2005. Paris : C.I.EAU, 2005.
MOLLENKOTT, V.R. Dieu au féminin. Paris : Editions du Centurion, 1990.
ROBIC, M. « Symbolique de l'eau dans les représentations d'Ophélie chez T. de Banville ». Equinoxes : Automne-Hiver 2005-2006.
RUDHART, J. Le thème de l'eau primordiale dans la mythologie grecque. Berne : Société suisse des Sciences Humaines, 1971.
STEINSALTZ, A. Hommes et femmes de la Bible. Paris : Albin Michel, 1990.

TEXTES OFFICIELS SUR L'EAU ET LA FEMME

FRANCE

Loi sur l'eau en France depuis 1964 (première loi sur l'eau) et Europe depuis 2000 (première loi cadre sur l'eau au niveau européen) :

1. Loi n°64-1245 du 16 décembre 1964 : sur le régime et la répartition des eaux et à la lutte contre leur pollution.
2. Loi n°92-3 du 3 janvier 1992 : « loi sur l'eau » sur la politique de l'eau, cette ressource est reconnue comme « patrimoine commun de la Nation ».
3. Loi n°93-122 du 29 janvier 1993 sur la transparence de la vie économique et des procédures publiques dite « Loi SAPIN ».
4. Loi n°95-101 du 2 février 1995 : « Loi BARNIER » pour le renforcement de la protection de l'environnement.
5. Loi n°95-127 du 8 février 1995 relative aux marches publics et délégation de services publics.
6. Loi n°2004-338, transposition de la loi européenne, directive 2000/60/CE.
7. Directive cadre 2000/60/CE sur la politique communautaire de l'eau.
8. Loi n° 284 du 8 décembre 2006, loi « Oudin-Santini » du relative à la coopération internationale des collectivités territoriales et des agences de l'eau dans les domaines de l'alimentation en eau et de l'assainissement.

Loi sur la parité, la femme depuis 1995 (Création d'un Observatoire de la parité)

1. Décret n°95-1114 du 18 octobre 1995 portant création d'un Observatoire de la parité entre les femmes et les hommes.
2. Décret no 98-922 du 14 octobre 1998 modifiant le décret no 95-1114 du 18 octobre 1995 portant création d'un Observatoire de la parité entre les femmes et les hommes.
3. Loi n°2000-493 du 6 juin 2000 tendant à favoriser l'égal accès des femmes et des hommes aux mandats électoraux et fonctions électives.

MAROC

Loi sur l'eau au Maroc depuis 1972 (date création de l'ONEP) et discours royaux depuis 1999 (date d'intronisation de Mohamed VI) :

1. Dahir n°1-95-154 du 16 août 1995 portant promulgation de la loi 10-95 sur l'eau du 20 septembre 1995.
2. Dahir n° 1-99-174 du 30 juin 1999 portant promulgation de la loi n° 19-98 modifiant et complétant la loi n° 10-95 sur l'eau.
3. Discours d'ouverture de S.M. le Roi Mohammed VI, 9ème session du Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat à Agadir, 21 juin 2001.
4. Discours de S.M. le Roi Mohammed VI au Sommet Mondial sur le Développement Durable, Johannesburg, Septembre 2002.
5. Discours royal de S.M. le Roi Mohammed VI, Lancement de l'Initiative Nationale de Développement Humain, 18 mai 2005.
6. Discours royal de S.M. le Roi Mohammed VI, à l'occasion du Rapport Développement Humain, 6 janvier 2006.

Loi sur la Femme, Moudawana 2004 :

1. Dahir n° 1-04-22 du 12 hija 1424 (3 février 2004). Portant promulgation de la loi n° 70-03 Portant sur le Code de la Famille.

CONFERENCES INTERNATIONALES

1972	Conférence des Nations Unies sur l'environnement, Stockholm.
1977	Conférence des Nations Unies sur l'eau, Mar del Plata*.
1979	Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes. (Accronyme issu du terme anglais : CEDAW)
1987	Rapport Brundtland.
1990	Consultation mondiale sur l'approvisionnement en eau et l'assainissement pour les années 90, New Delhi.
1992	Conférence internationale sur l'eau et l'environnement, Dublin.
1992	Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (Sommet planète Terre), Rio De Janeiro. *Agenda 21*. Chapitre 18 : Protection des ressources en eau douce et de leur qualité : application d'approches intégrées de la mise en valeur, de la gestion et de l'utilisation des ressources en eau. Chapitre 24 : Action mondiale en faveur de la participation des femmes a un développement durable et équitable.
1994	Conférence internationale des Nations Unies sur la population et le développement, Le Caire.
1995	4ème Conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes, Beijing.
1995	Sommet mondial pour le développement social, Copenhague.
1997	1er Forum mondial de l'eau, Marrakech.
1998	Conférence internationale de Paris.
2000	2ème Forum mondial de l'eau, La Haye.
2000	Objectifs du Nouveau Millénaire.
2001	Conférence internationale sur l'eau douce, Bonn.
2002	Sommet mondial sur le développement durable, Rio + 10, Johannesbourg.
2003	3ème Forum mondial de l'eau, Kyoto.
2004	CEDAW + 25.
2005	Résolution Décennie « L'eau, source de vie ».
2006	Forum mondial de Mexico.
2009	Forum mondial d'Istanbul.

*Non récupéré. Extraits seulement.
** Texte en anglais.

ORGANISATION NON GOUVERNEMENTALE : L'UNESCO

1997
Actes : « Elles et l'eau ». Programme Hydrologique International et Réseau UNESCO Inter Rives, Nouakchott, Mauritanie, 3-5 novembre 1996.

2003
Brochure : « Cadre de mise en oeuvre de la stratégie de l'UNESCO en matière de généralisation de l'analyse selon le genre pour 2002-2007 ». 20 p.
Rapport : « Genre et éducation pour tous, le pari de l'égalité ». 40 p.

2005
Brochure : « Guide des Points focaux pour l'égalité des genres des Commissions nationales pour l'UNESCO ». 67 p.

2006
Site Internet Eau et Femmes : http://www.unesco.org/water/ihp/women_and_water.shtml
Brochure : « Passeport pour l'égalité ». 51 p.

2007
Site Internet : Portail Genre de l'UNESCO :
http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=3160&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

STRUCTURES PUBLIQUES

EAU DE PARIS, FRANCE
Créé en 1987 (Ex-SAGEP).

2003
Femme, Eau et Développement : quels enjeux ? (Edition SAGEP avec Eau Vive, pS-Eau)

2004
Rapport d'activité.

2005
Rapport d'activité.

2007
Rapport d'activité.

2008
Site Internet : www.eaudeparis.fr - Juin 2008.

ONEP, MAROC
Créé en 1972.

1997
Campagne de sensibilisation des jeunes à l'économie de l'eau : « L'eau par l'image », 1997

2000
Plaquette : « Participation de deux marocaines aux activités des jeunes en marge du 2ème forum mondial de l'eau à La Haye, mars 2000 ».

2002
Document de sensibilisation : « Mieux connaître… L'eau ».

2004
Plaquette : « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », 8 p.
Pochette : « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », 11 p.
Affiche : « AEP des populations rurales », 1 p.

2005
Présentation diapositives : « Présentation institutionnelle ». 26 p.
Présentation en diapositives : « Présentation Développement Durable », 25 p.

2006
Site Internet : www.onep.org.ma

2007
Brochure : « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise. Partenariat ONEP – Collectivités locales »

ASSOCIATION

PSEAU, FRANCE

2002
Brochure : « Genre, eau et développement durable, Expériences de la coopération française en Afrique subsaharienne » avec l'AFD.
Rapport : « Rapport de synthèse des deux premières phases de la conférence Genre et eau ».
Brochure : « L'eau, un avenir pour tous ».

2006
Intervention : « Intégration transversale du genre dans la gestion intégrée des ressources en eau : Le suivi et l'évaluation », 3rd Arab Water Regional Conference, PSEAU, 11 décembre 2006.
Rapport : « Evaluation 2000-2004 du Programme Solidarité Eau ».

2007
Guide méthodologique : « La prise en compte du genre dans les projets d'adduction d'eau potable en milieux rural et semi-urbain », avec l'AFD.
Site Internet : www.pseau.org

ALMAE, MAROC
Créée en 1993.

2005
Brochure : « Projet : Eau, Femmes et Santé ».

2006
Rapport : « Contribution au Rapport relatif à l'effectivité du droit à l'eau ».
Dépliant : « Chaire UNESCO Interdisciplinaire pour une gestion durable de l'eau ».
Document : « ALMAE Alliance Maghreb Machrek pour l'Eau ».
Rapport : « Projet au profit de Bin Abid »

2007
Déclaration : « L'eau, une gouvernance locale ».

GROUPE SUEZ

SUEZ*
*1997, date de création du groupe SUEZ Lyonnaise des Eaux. 2001, date de création du groupe SUEZ.

1998
Charte Sociale Internationale. 9 p.

2000
Charte de l'environnement. 17 p.
Dépliant : « SUEZ en 2000 ». 20 p.

2001
Charte Ethique. 50 p.
Règles d'Organisation et de conduite des sociétés. 31 p.
Charte Sociale Internationale. 9 p.
Rapport d'activité. « 2001 ». 108 p.

2002
Dossier de presse : « Voyage de presse à Casablanca ». 50 p ;
Brochure : « La vraie bataille de l'eau ». 36 p.
Rapport d'activité et de développement durable. 108 p.
Brochure : « SUEZ dans le Nord-Pas-de-Calais ». 24 p.
Brochure : « Fondation SUEZ ». 24 p. V

2003
Rapport d'activité et de développement durable. 84 p.

2004
Brochure : « SUEZ : le progrès a une histoire ». 16 p.
Rapport d'activité et développement durable. « Engagement. Performance. Responsabilité ». 160 p.

2005
Magazine : « Urgence Eau ». Insertion dans *Okapi, 100% ado.* 12 p.
Rapport d'activité et développement durable. « Vous apporter l'essentiel de la vie ». 120 p.
Communiqué de Presse : « SUEZ et l'ANPE signent un accord de partenariat ». 1 p.

2006
Brochure Forum de Mexico : « Actions locales pour un défi mondial ». 16 p.
Brochure : « Le partenariat public-privé : les enseignements à tirer de nos actions locales ». 4 p.
Brochure : « Développement Durable : pilier de notre stratégie ». 24 p.
Brochure : « SUEZ : 10 ans d'initiatives de responsabilité sociale ». 147 p.
Magazine Terre Bleue : « Où sont les femmes ? ». 20 p.
Rapport d'activité et Développement Durable. « Vous apporter l'essentiel de la vie ». 126 p.

2007
Communiqué de presse : « SUEZ, parrain historique du Women's Forum ». 1 p.
Brochure : « Mécénats et partenariats ». 41 p.
Dossier de Presse : « SUEZ et le Développement Durable : un engagement, des actions ». 25 p.
Dossier de Presse : « SUEZ au côté des femmes ». 29 p.
Brochure : « Le Groupe en 2007 / 2008 ». 9 p.
Site Internet : SUEZ, 8 mars 2007.
Site Internet : www.suez.com - Téléchargé le 31 janvier 2008.

2008 : Newsletter de l'Observatoire sur la place des Femmes, n°1, 8 mars 2008.

SUEZ ENVIRONNEMENT*
*2003, date de création.

2003
Rapport : « Rapport Responsabilité Environnementale et Sociétale ». 78 p.

2004
Rapport : « Recherche, Développement et Innovation, au service des grands enjeux d'aujourd'hui et de demain. 2003-2004 ». 36 p.
Brochure Aquasistance : « 1994-2004 : dix années d'action humanitaire dans les domaines de l'eau et de l'environnement ». 12 p.

2005
Brochure : « Grands savoirs environnementaux : participation communautaire dans les pays émergents ». 38 p.
Brochure : « Les métiers de SUEZ dans l'environnement. Bilan et engagements ». 44 p.
Rapport : « 2005, une année dans les métiers de l'environnement ». 64 p.
Brochure : « L'eau, facteur de développement social ». 24 p.

2006
Compte-rendu : « 4ème Forum mondial de l'eau. Bilan et Perspectives du PPP ». 12 p.
Brochure : « Grands savoirs environnementaux. Eau pour tous ». 9 p.
Document interne : « Sur la voie d'un Développement Durable. La contribution de SUEZ Environnement ». 58 p.
Document interne : « Stratégie de Développement Durable. Feuille de Route 2011 ». 9 p.
Site Internet : www.suez-env.com
Site Internet « Eau pour tous » : www.suez-environnement.com/fr/engagements/acces-a-l-eau/eau-pour-tous/eau-pour-tous/
Brochure : « Eau et assainissement pour tous ». 4 p.

2007
Brochure : « Faits et Chiffres 2006-2007 ». 24 p.
Dépliant : « Aquassistance : Une ONG pour l'eau et pour l'environnement ». 2 p.
Brochure : « Toutes les femmes ont besoin d'eau potable. Contributeurs des opérateurs privés ». (Avec Aquafed)
Brochure : « Exercer une responsabilité sociale et locale : Dialoguer, s'engager, agir avec la société ». 4 p.
Rapport : « Bilan développement durable 2006/2007. Une année dans les métiers de l'environnement ». 71 p.
Brochure : « La référence dans les métiers de l'environnement ». 8 p.

LYONNAISE DES EAUX
*1997, date de création du groupe SUEZ Lyonnaise des Eaux.
Séparation en 2001 de SUEZ en Lyonnaise des Eaux France puis devient en 2005, Lyonnaise des Eaux.

1997
Brochure : « L'eau : petites astuces et bons conseils ».

1998
Brochure : « L'eau ».
Brochure : « Les Services Eau Pratique ». 12 p.

2001
Rapport d'activité. 32 p.

2002
L'eau et vous, Juin. Numéro Côte d'Azur. Numéro 1. 8 p.
L'eau et vous, Automne-Hiver. Numéro Alsace Franche-Comté. 8 p.
Rapport d'activité. 32 p.
Brochures clients : « Protection contre le gel », « Le calcaire dans l'eau », « Le plomb sous surveillance », « Les pesticides et l'eau », « Numéro Azur ». 4 p.
Brochure : « Service de l'eau ».

2003
L'eau et vous, Printemps-Eté. Numéro Normandie. 8 p.
L'eau et vous, Automne-Hiver. Numéro Pays de Loire. 8 p.
Dépliant : « Réglementation française pour les eaux usées ». 2 p.
Rapport d'activité. 36 p.
Dépliant : « L'eau en braille ». 2 p.

2004
L'eau et vous, Printemps-Eté. Numéro Dauphiné-Savoie, SDEI. 8 p.
L'eau et vous, Automne-Hiver. Numéro Hauts-de-Seine. 8 p.
Les Cahiers de l'Eau. Enjeux des services de l'eau en France.
Revue de presse « Chemins de l'Eau ».
Cahier interne « Lyonnaise 2010 ».
Rapport d'activité. 36 p.

2005
Brochure : « Votre eau : mode d'emploi ».
L'eau et vous, Printemps-Eté. Numéro Côte d'Or. 8 p.
L'eau et vous, Automne-Hiver. Numéro Communauté Urbaine de Bordeaux. 8 p.
Brochure interne : « Guide du rédacteur en chef local ».
Rapport Annuel. 52 p.

2006
L'eau et vous, Printemps-Eté. Numéro Parisienne des Eaux. 8 p.
L'eau & vous. Automne-Hiver 2006. Numéro Communauté Urbaine de Bordeaux. 8 p.
Revue de Presse : « Journée Mondiale de l'Eau ».
Série : « Prélèvement mensuel », « Pour une eau sans plomb », etc. 2 p.
Série : « L'eau à … & vous ». 4 p.
Brochure : « Eau + près de vous ». 16 p.
Site Internet : www.lyonnaise-des-eaux.fr
Rapport d'activité. 44 p.

2007
Brochure : « 12 engagements pour une gestion durable de l'eau ». 4 p.
Communiqué de Presse : « Comment mesurer la performance d'une démarche de développement durable ? Un an après avoir pris 12 ans pour une gestion durable de l'eau, Lyonnaise des Eaux Groupe SUEZ rend public son 1er bilan ». 2 p.

ETUDE DE TERRAIN : SAINT-POL-SUR-MER.
CENTRE NORD LITTORAL, DUNKERQUE.

- Entretiens janvier 2007, mars et avril 2008.
- Observations sur le terrain avril 2008.

- Fiche de présentation « Accès à l'eau pour tous ».
- Centre Communal d'Action Sociale de Saint-Pol-sur-Mer.
- Association locale : Carrefour des solidarités.
    - Site Internet : www.carrefourdessolidarites.org

LYDEC*

*De 1997, date de la signature du contrat le 10 août 1997.

1998
Brochure : Bilan et Perspectives.

1999
Rapport d'activité. 42 p.

2000
Rapport d'activité. 56 p.

2001
Rapport d'activité. 48 p.

2002
Rapport d'activité. 46 p.

2003
Rapport d'activité. 40 p.
LYDEC & Vous : « Le Bureau Central de Conduite ». Avril, numéro 1. 7 p.
LYDEC & Vous : « Massira 2007, nos ambitions pour Casablanca ». Juillet. 7 p.
LYDEC & Vous : « LYDEC se prépare pour la saison des pluies ». Octobre. 7 p.

2004
Rapport d'activité. 40 p.
LYDEC & Vous : « www.lydec.ma. Ne vous déplacez plus, LYDEC vient jusqu'à vous ! ». Janvier. 7 p.
LYDEC & Vous : « Protection de la ville de Mohammedia contre les inondations ». Février. 7 p.
LYDEC & Vous : « Pour un réseau électrique fiable et sécurisé ». Avril. 7 p.
LYDEC & Vous : « 2 nouvelles agences LYDEC ouvrent leurs portes ». Juillet. 7 p.
LYDEC & Vous : « LYDEC se prépare à la saison des pluies ». Octobre. 7 p.
LYDEC & Vous : « La nouvelle présentation de la facture expliquée point par point ». Décembre. 7 p.

2005
Rapport d'activité. 36 p.
LYDEC & Vous : « Lancement du Centre de Relation Clientèle LYDEC ». Mars. 7 p.
LYDEC & Vous : « Festival de Casablanca ». Juin. 7 p.
LYDEC & Vous : « LYDEC se prépare pour la saison des pluies ». Octobre. 7 p.

2006
Rapport d'activité. 36 p.
LYDEC & Vous : « LYDEC au service de l'INDH : un accès à l'eau, à l'assainissement et à l'électricité pour tous ». Janvier. 7 p.
LYDEC & Vous : « Plages propres ». Juillet. 7 p.
Site Internet : www.lydec.co.ma

2007
LYDEC & Vous : « Nouvelles mesures tarifaires au bénéfice des clients ». Janvier. 7 p.

LYDEC & Vous : « Votre facture d'eau et d'assainissement devient mensuelle ». Février. 3 p.
LYDEC & Vous : « L'eau distribuée par LYDEC, une qualité contrôlée en permanence ». Juin. 7 p.

2008
Baromètre Genre et portrait sexo-spécifique de LYDEC.
Revue de Presse : « LYDEC rend hommage à ses collaboratrices ». 10 p.

ETUDE DE TERRAIN : LAMKENSSA
DELEGATION AÏN CHOCK, CASABLANCA

- Méthode participative à travers des focus groupes Homme, Femme et Enfant.
- Observation participante régulière mars 2007 et mars 2008.
- Présentation Commune rurale Bouskoura Lamkenssa 5.
- Document : Diagnostic social : intégrer les habitants au projet.
- Présentation Power Point de sensibilisation aux habitants.
- Coordination d'une étude d'impacts socio-économiques et sur la santé avec une perspective genre à travers 150 questionnaires avant et après raccordement.
- Enquête de satisfaction client et enquête genre (Habitat, santé, qualité de vie) sur 75 foyers mars 2008.

ENTRETIENS

1. Anne LE STRAT, PDG Eau de Paris.
2. El Habib CHABADI, ONEP
3. Asma EL KASMI, ONEP.

Rapport de stage ONEP, Observation participante « Eau, Femme et Pouvoir de décision »

4. Renée CLAIR, UNESCO*.

Observation participante « Eau, Femme et Pouvoir de décision », « Femme, Science et Technologie »

5. Denis DESILLE, PS-EAU.
6. Houria TAZI-SADEQ, ALMAE**.

Observation participante « Eau, Genre et Gouvernance »

7. Delphine BOULOGNE, CCAS de Saint-Pol-sur-Mer, Programme « Accès Eau pour tous ».
8. Thérèse CAULLIER, Carrefour des solidarités et Jean-Marie GUEURET, Carrefour des solidarités.
9. Olivia DABBOUS, AFD France.
10. Dominique BOMSTEIN, Environnement Magazine.
11. Pascale GEIGNER, Hydroplus.
12. Najat ZIRARI, Projet Genre stratégie nationale, GTZ.
13. Najat M'JID, UNICEF Maroc.

[SUEZ, SUEZ Environnement, Lyonnaise des Eaux]

14. Elizabeth JASKULKÉ, Adjoint au directeur Environnement et Innovation.
15. Michèle MEYZIE-DEBENEST, Responsable Fondation SUEZ.
16. Malia BELKACEM, Chargée de mission Développement Durable.
17. Stéphane QUERE, Directeur du Développement Durable.
18. Alain MATHYS, Directeur du programme « Eau pour tous ».
19. Frédérique RAOULT, Directrice de la Communication.
20. Lisette PROVENCHER, Directrice de Aquasistance.
21. Mathieu LE CORRE, Ingénieur – responsable projets Aquasistance.
22. Jacques LABRE, Directeur des Relations Institutionnelles.
23. Dominique PIN, Directeur du Développement Durable.
24. Pascale GUIFFANT, Chargée de projet aux Relations Institutionnelles.
25. Hélène VALADE, Directrice du Développement Durable.

26. Daniel VILLESSOT, Directeur Technique.
27. Dominique OGERON, Directeur de la Communication.

Observation participante, Rapport de stage

[Terrain Lyonnaise des Eaux]

28. Valérie TORDEUR, Chargée de communication Nord Littoral.
29. Dominique SEVESTRE, Responsable Agence Clientèle.
30. Jean-Luc DE ZOOMERRE, Chargé du projet Accès à l'eau pour tous et Rodolphe AGEZ, Chargé du projet Accès à l'eau pour tous.

Observation participante.

[Terrain Lydec]

31. Bouchra GHIATI, Directrice de la Communication et du Développement Durable.

Observation participante, Rapport de stage.

32. Laurent GUILLAUME, Directeur des Ressources Humaines.
33. Tahar AGAL, Responsable Aquasistance Maroc et Directeur Exploitation Eau et Assainissement.
34. Leila BERRADA, Responsable Lydec et vous et Hicham DAOUDI, Responsable Marketing.

Observation participante sur Lydec et vous

35. Ingrid PECHELL, Responsable du Département d'Accompagnement Clientèle.

Observation participante, suivi des équipes et focus groupe.

36. Abdellatif ABDARAZAK, Chef de projet INMAE, Douar Lamkenssa.

Observation participante sur le terrain, focus groupe, Lamkenssa.
Enquête genre.

37. Abdelmajid HILAL, Chef de projet INMAE, Douar Rmel.
38. Mina KIRCHI, Animatrice, Douar Rmel.

Observation sur le terrain Ouled Saleh.

39. Morad BELMINE, Animateur, Douar Lamkenssa.

Observation sur le terrain Lamkenssa

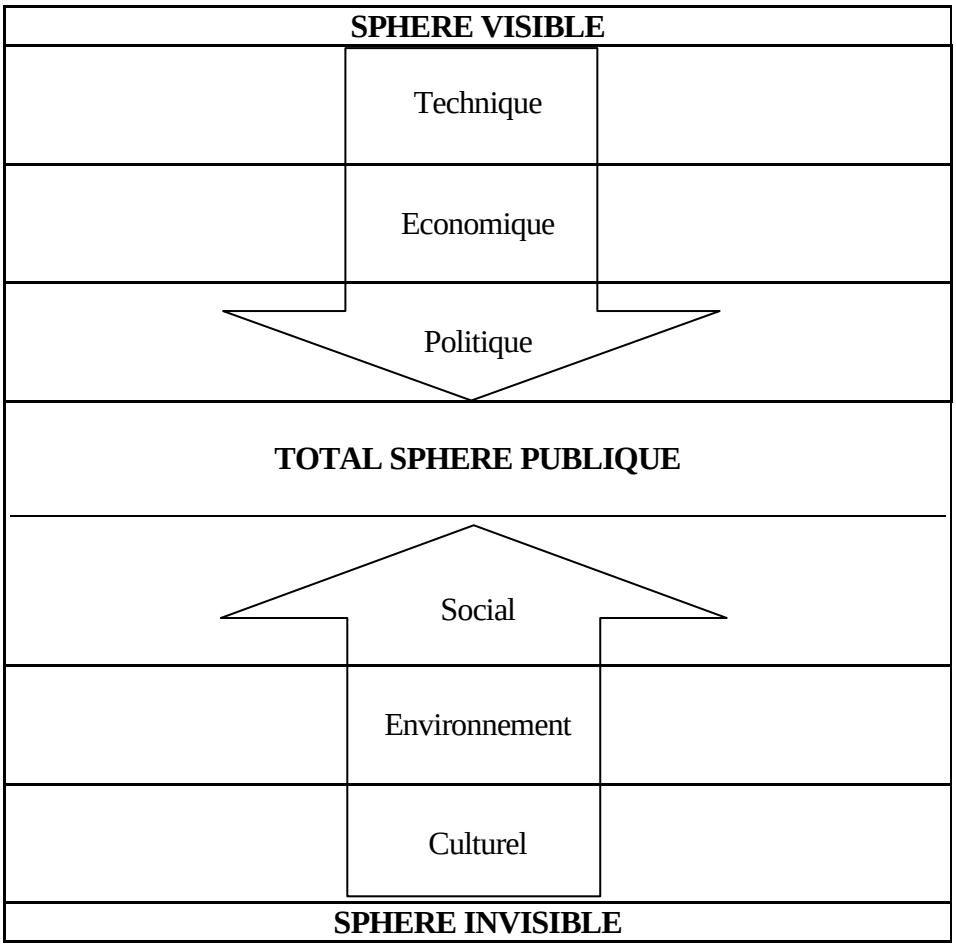
**Personne qui n'a pas renvoyé le questionnaire et qui n'a pas eu le temps d'y répondre au cours de l'étude de terrain mais avec nous avons directement travaillé sur le sujet de la thèse.

3. GRILLES D'ANALYSE

a. Grille d'analyse globale sur Eau, Visible et Invisible

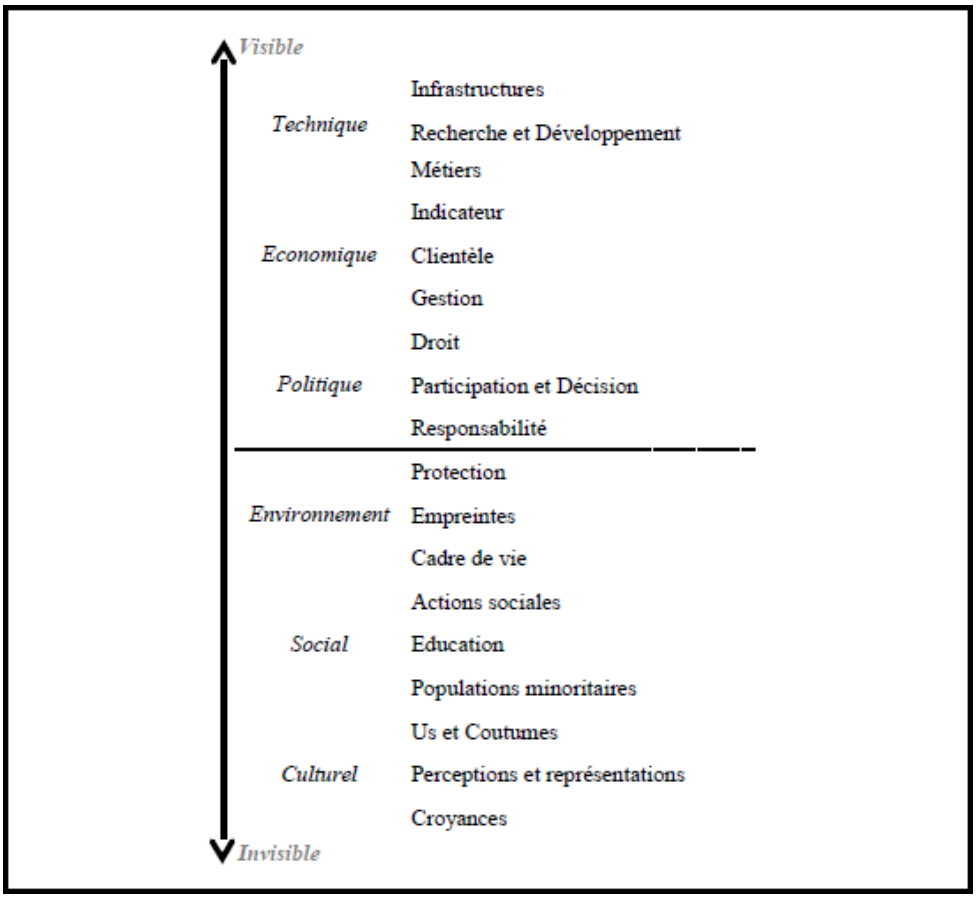
Cette grille d'analyse a été fondée sur les principes de visibilité et d'invisibilité dans le contexte particulier du discours de l'eau.
Comme décrit dans le Chapitre 2 de ce travail, cette sphère se construit sur les discours du visible incluant la technique, l'économique et le politique en parallèle des discours de l'invisible constitué de l'environnement, du social et du culturel.

Les principes généraux de l'organisation de la grille s' établissent selon les principes suivants décrits ci-dessous :



L'analyse de contenu opérée à partir de l'analyse quantitative (co-occurrence) appuyée par le logiciel Tropes et l'analyse discursive opérée en suivant cette méthodologie par le doctorant a permis d'établir l'analyse du discours sur l'eau dans le corpus rassemblé et pour chacune des organisations étudiées.

Cette analyse est partie d'un découpage simple utilisé pour travailler avec le logiciel Tropes.



Elle s'est affinée à partir d'une description lexicale de chacune des catégories étudiées. Chacune des grilles a correspondu aux catégories utilisées dans l'analyse effectuée à partir du logiciel Tropes.

- **Grille Technique**

Technique	Infrastructure	Implantation Technique Gestion des risques
	R & D	Innovation Recherche Système
	Métiers	Expertise Compétence Professionnalisme

- **Grille Economie**

Economie	Indicateurs	Investissement Budget Productivité
	Clientèle	Confiance Tarif Service et produit
	Gestion et Développement	Territoire Développement Gérer

- **Grille Politique**

Politique	Droit	Loi
		Contrat
		Autorités
	Participation et Décision	Gouvernance
		Gestion participative
		Interrelation
	Responsabilité	Transparence
		Ethique
		Responsabilité sociétale

- **Grille Environnement**

Environnement	Protection	Préserver
		Milieu naturel
		Avenir
	Empreintes	Pollution
		Impacts
		Risques
	Cadre de vie	Environnement
		Quartier
		Bien-être

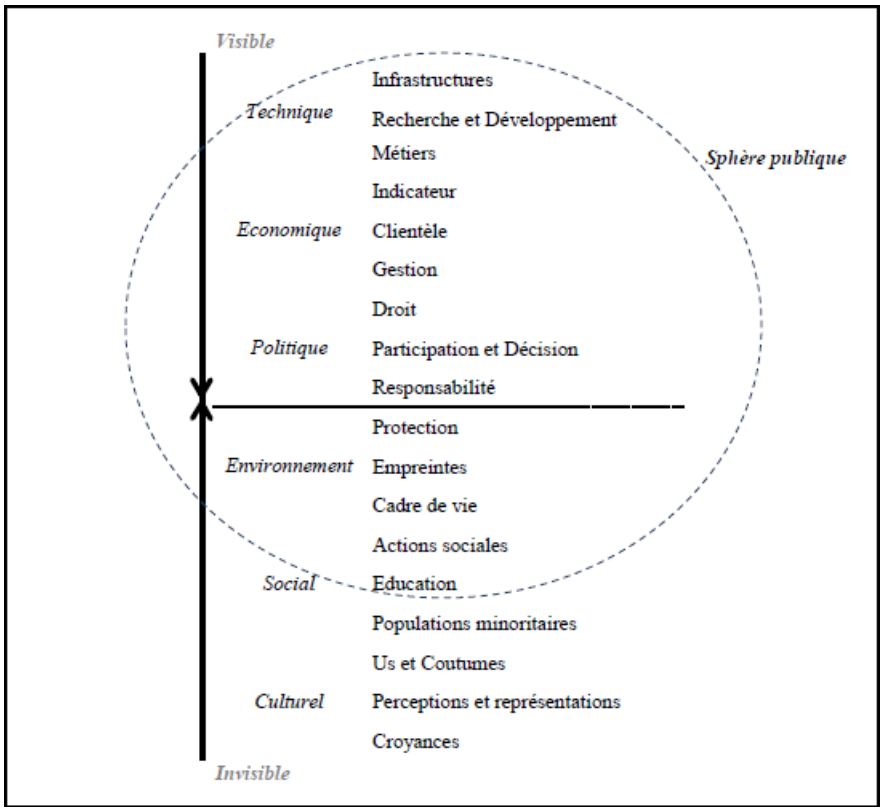
- **Grille Social**

Social	Actions sociales	Lien social
		Sphère civile
		Agir
	Education et Sensibilisation	Pédagogie
		Eduquer
		Sensibiliser
	Populations minoritaires	Populations défavorisées
		Emploi
		Minorités

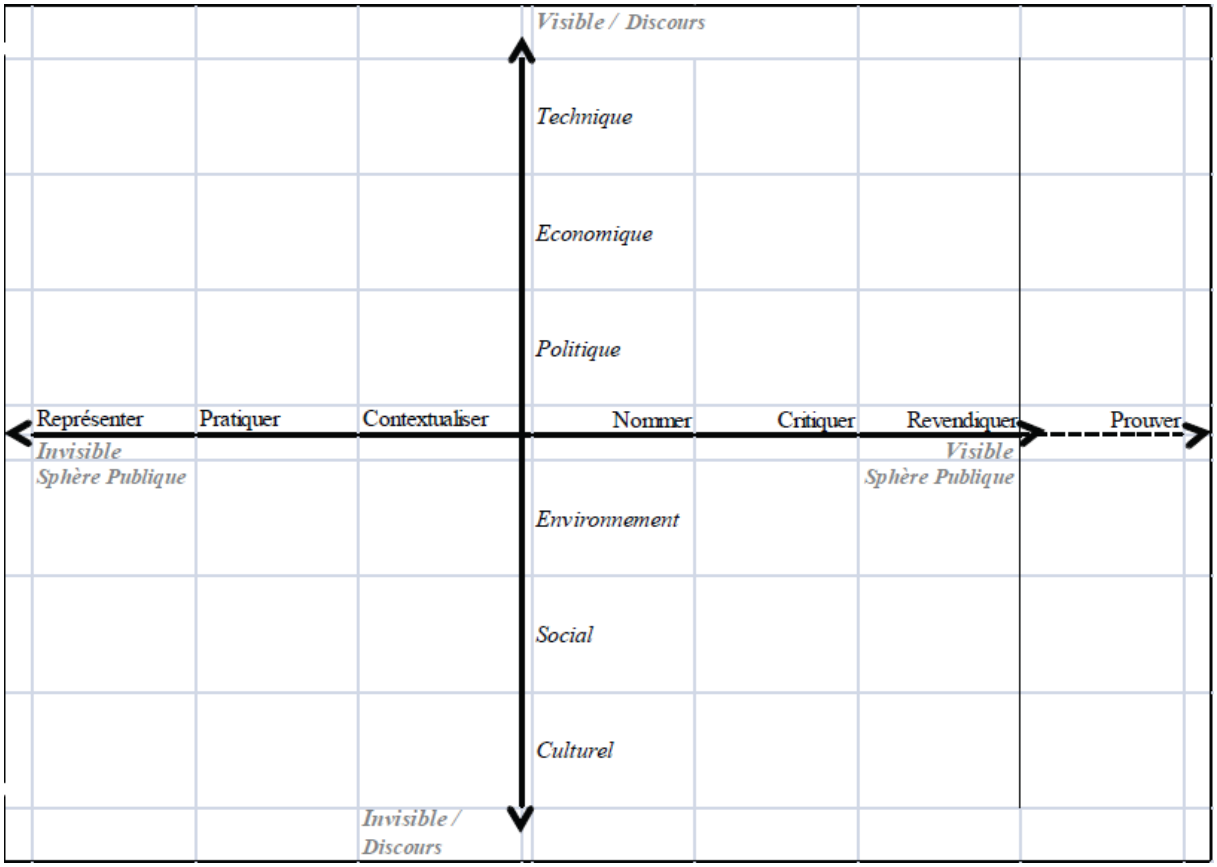
- **Grille Culturel**

Culturel	Croyances	Pureté
		Jeunesse
		Don
	Us et coutumes	Pratiques
		Tradition
		Usages
	Représentations et perceptions	Rareté
		Vie
		Qualités de l'eau

Dans la mesure où les éléments du visible sont ceux qui sont vus sur la sphère publique, nous pouvons faire figurer la sphère publique sur l'axe du visible où les éléments discursifs de l'invisible interviennent et font évoluer les interactions sur la sphère publique selon le schéma suivant.

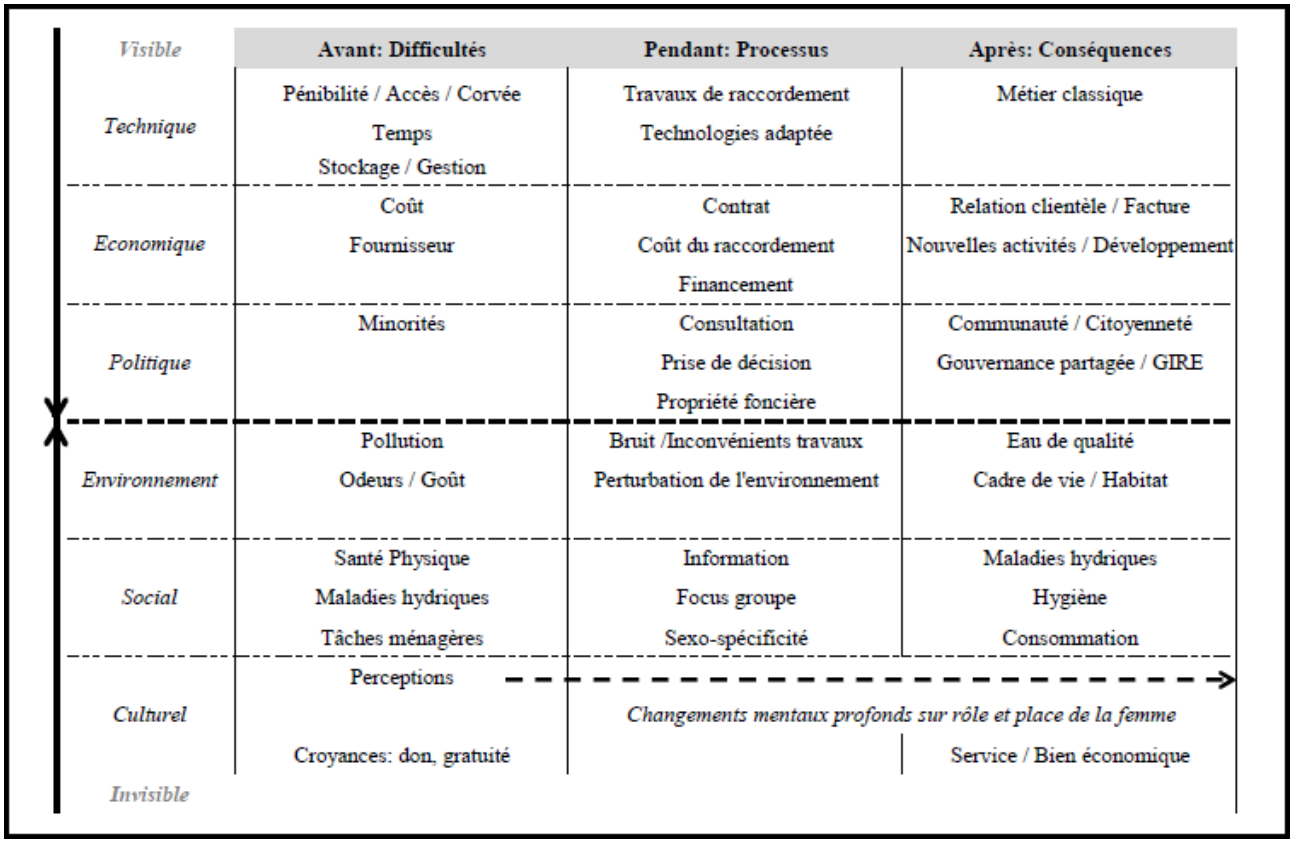


Selon l'approche de W. Felstiner, le discours évolue en trois étapes, le « Nommer », « Critiquer » et « Revendiquer ». Nous avons établi une grille d'analyse qui applique les principes observés au cours de l'étude sur les concepts et les théories liés au visible et invisible.



b. Grille d'analyse sur Femme, Eau et Développement Durable

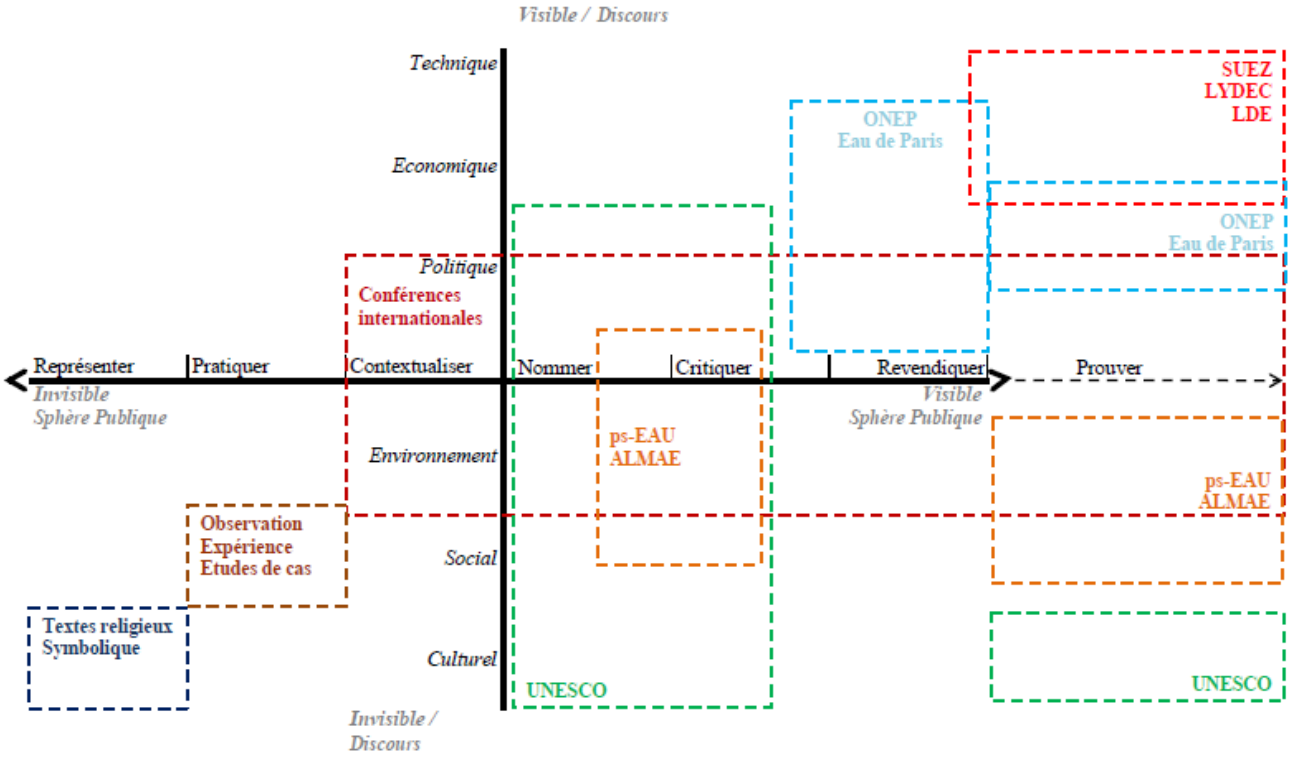
Comme décrit dans le Chapitre 2, nous avons établi une grille ciblée sur le discours Femme, Eau et Développement Durable.



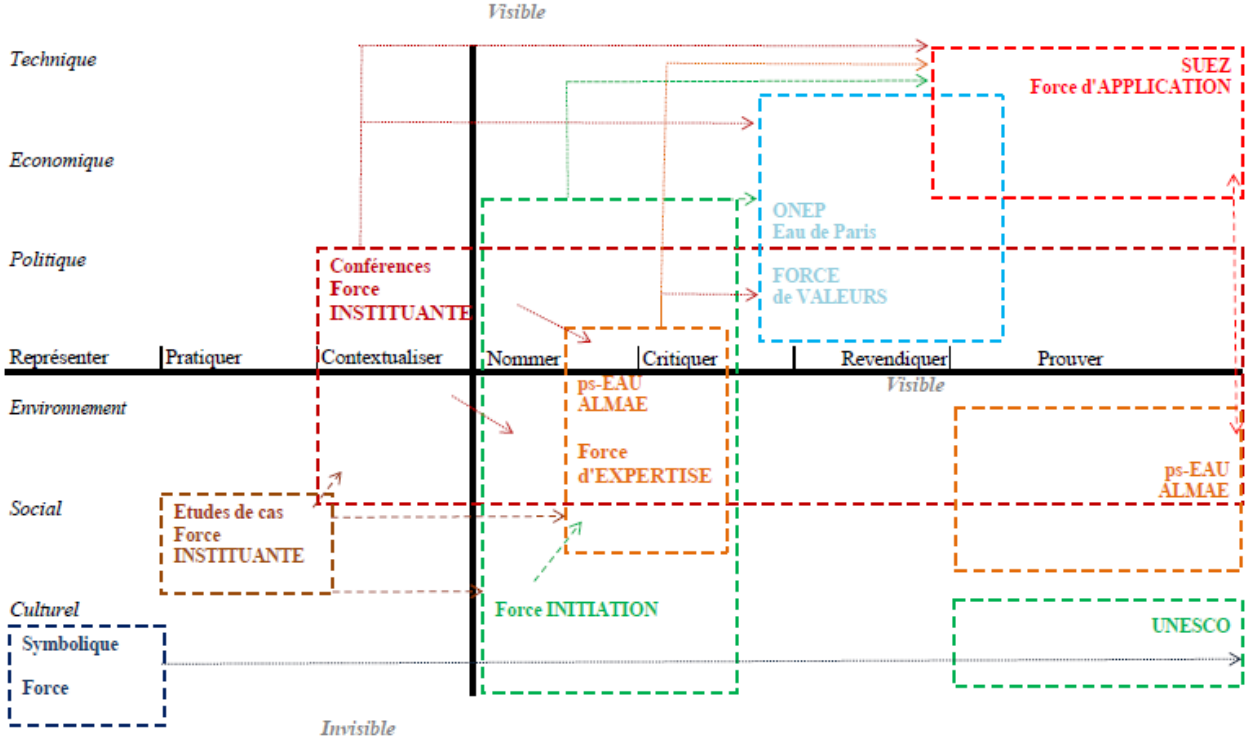
Visible	**Avant: Difficultés**	**Pendant: Processus**	**Après: Conséquences**
Technique	Pénibilité / Accès / Corvée Temps Stockage / Gestion	Travaux de raccordement Technologies adaptée	Métier classique
Economique	Coût Fournisseur	Contrat Coût du raccordement Financement	Relation clientèle / Facture Nouvelles activités / Développement
Politique	Minorités	Consultation Prise de décision Propriété foncière	Communauté / Citoyenneté Gouvernance partagée / GIRE
Environnement	Pollution Odeurs / Goût	Bruit /Inconvénients travaux Perturbation de l'environnement	Eau de qualité Cadre de vie / Habitat
Social	Santé Physique Maladies hydriques Tâches ménagères	Information Focus groupe Sexo-spécificité	Maladies hydriques Hygiène Consommation
Culturel	Perceptions Croyances: don, gratuité	*Changements mentaux profonds sur rôle et place de la femme*	Service / Bien économique
Invisible			

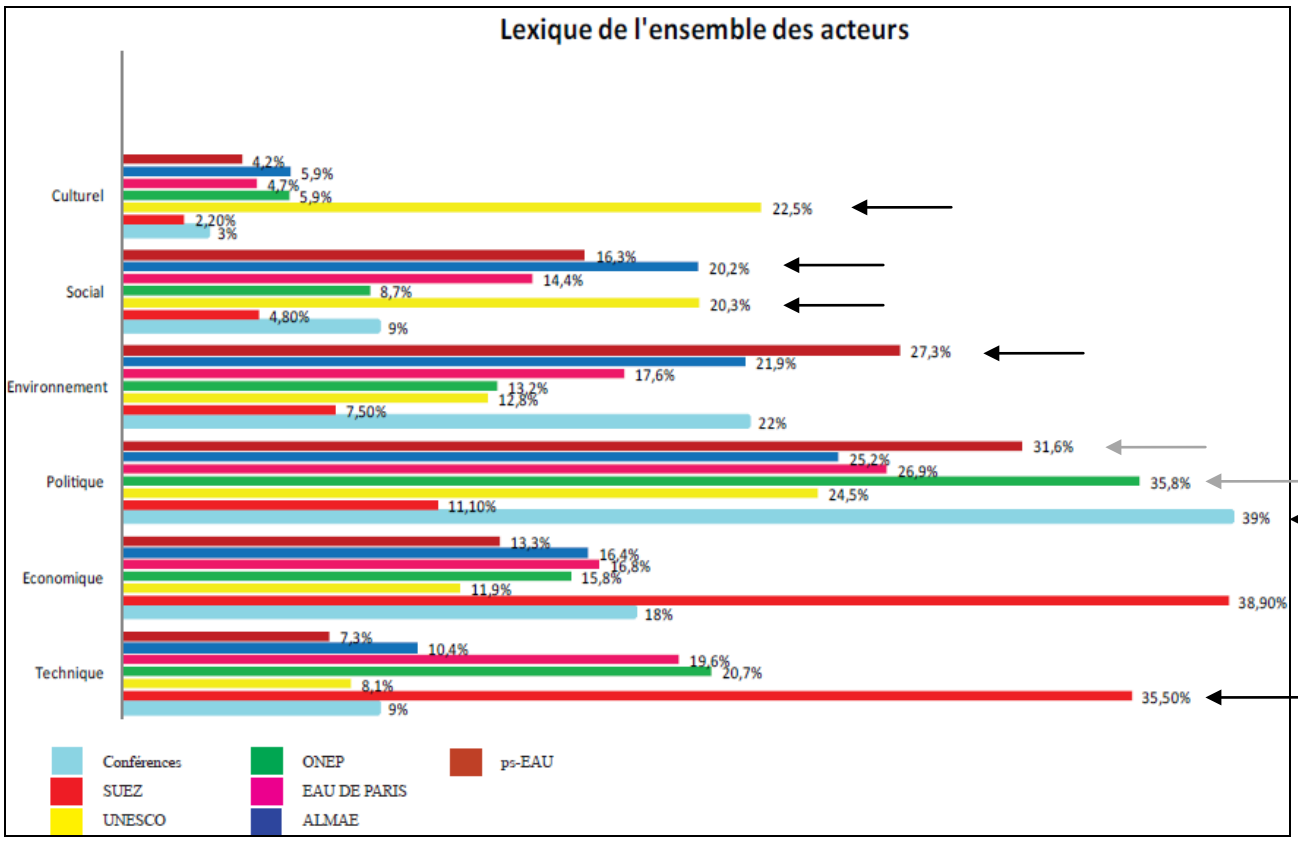
c. Résultats de l'analyse

La place du discours de chacun des acteurs sur la sphère publique



Le rôle de chacun, force des acteurs sur le discours





Lexique Culturel : UNESCO largement et se différencient nettement de la tendance générale
Lexique Social : ALMAE et UNESCO sont fortement représentés
Environnement : le pS-Eau domine
Politique : Les conférences dominent suivies par l'ONEP et le pS-Eau
Economique et Technique : Large domination de SUEZ

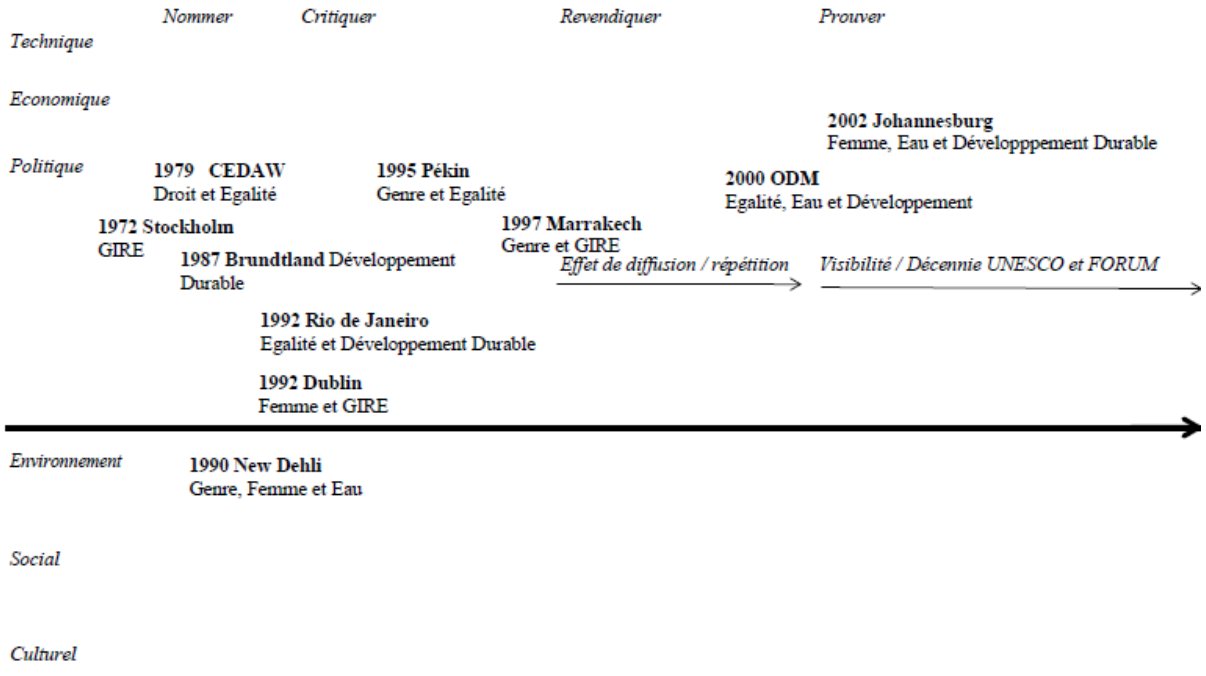


Figure xxx : Rôle des Conférences dans les étapes du discours Femme, Eau et Développement Durable

4. PRESENTATION DU LOGICIEL *TROPES*

Le logiciel Tropes, outil classique d'analyse de texte

Description générale :

Tropes est un logiciel d'analyse sémantique ou de fouille de textes qui fonctionne sous Microsoft Windows.
Ce logiciel a été initialement développé par Pierre Molette sur la base des travaux de l'Université Paris VIII en France.
Tropes s'appuie sur une analyse morphosyntaxique, un lexique et un réseau sémantique pour catégoriser des textes. Les résultats sont présentés sous la forme de rapports ou de représentations graphiques hypertextes.
Parmi les fonctions d'analyse de textes proposées par Tropes, on peut citer un éditeur d'ontologies, une classification arborescente de la référence, l'analyse chronologique du récit, le diagnostic du style du texte, la catégorisation des mots-outils, l'extraction terminologique et l'aide à la constitution de résumés.
Le logiciel fait l'objet d'un développement régulier en plusieurs langues (dont le français, l'anglais, l'espagnol et le portugais).

Fonctionnalités :

Tropes permet de garantir la qualité des analyses, en apportant une approche sémantique et pragmatique, garantissant la sécurité des interprétations grâce à une automatisation des analyses. Tropes permet d'obtenir des analyses reproductibles (deux personnes étudiant un même texte et observant la même technique d'analyse obtiendront des résultats semblables).
Tropes sépare clairement les résultats obtenus de leurs interprétations. Ceci présente l'avantage de permettre de questionner les dites interprétations en remontant directement aux résultats primaires.

Parmi les multiples outils d'analyse sémantique contenus dans Tropes, on peut citer :

* la classification automatique des mots du texte ;
* la contraction du texte (automatique et réglable) ;
* la détection du contexte global du document ;
* la catégorisation des mots-outils (analyse qualitative) ;
* la localisation de séries chronologiques (analyse du discours) ;
* le calcul des relations entre thèmes (lexicométrie) ;
* des dictionnaires sémantiques personnalisables, appelés Scénarios, conçus pour fabriquer rapidement des outils d'interprétation ou des thesaurus automatiques ;
* l'extraction terminologique (couplée à l'analyse sémantique) ;
* l'affichage sélectif par thème ou par catégorie linguistique ;
* le filtrage des thèmes en fonction de leur pertinence ;
* des graphes hypertextes permettant d'analyser et de naviguer dans les documents.

Le logiciel d'analyse de textes Tropes est interconnecté avec notre moteur de recherche sémantique Zoom, pour constituer Tropes Zoom, une suite complète de recherche et de traitement de l'information.

Source : www.acetic.fr/tropesfr.htm

RESULTATS QUANTITATIFS ET QUALITATIFS DE L'ANALYSE DU CORPUS

5. REPRESENTATIONS SYMBOLIQUES

a. Résultats analyse de *La Bible* et *Le Coran*

		Eau	Fleuve	Rivière	Ruisseau	Lac	Mer	Source	Puits	Pluie	Orage	Fontaine
LA BIBLE	**757623**	**366**	**142**	**2**	**3**	**5**	**395**	**52**	**46**	**102**	**5**	**5**
LE CORAN	**166438**	**87**	**1**	**1**	**1**	**0**	**37**	**17**	**3**	**23**	**0**	**0**

		Morale	Purification	Pur	Pure	Vierge & virginité	Pieuse	Droit & Droiture	Droite	Loyale	Sagesse	Fidèle
LA BIBLE	**757623**	**0**	**27**	**173**	**26**	**41**	**1**	**210+75**	**219**	**0**	**103+234**	**68**
LE CORAN	**166438**	**0**	**0**	**18**	**8**	**5**	**5**	**125**	**33**	**1**	**22**	**4**

		Maternelle	Lait	Abondance	Fécondité	Fertile	Stérile	Châtiment
LA BIBLE	**757623**	**15**	**48**	**9+79+2**	**7**	**9**	**29**	**42**
LE CORAN	**166438**	**3**	**3**	**18**	**0**	**0**	**5**	**352**

		Punition	Amère	Mauvaise	Destructeur	Flots	Soif	Sécheresse	Rite	Baptême	Ablution
LA BIBLE	**757623**	**2**	**6**	**49+74**	**13**	**33**	**52**	**7**	**1**	**24**	**4**
LE CORAN	**166438**	**38**	**3**	**31**	**0**	**5**	**2**	**1**	**1**	**0**	**0**

		Menstrues	Pertes de sang	Boire	Puiser	Protéger	Jaillir	Couler	Guérir	Laver	Purifier	Pardonner	Baptiser
LA BIBLE	**757623**	**0**	**1**	**141**	**17**	**9**	**11**	**47**	**23**	**31**	**38**	**79**	**16**
LE CORAN	**166438**	**2**	**0**	**23**	**1**	**37**	**7**	**40**	**26**		**16**	**227***	**0**

		Femme	Femmes	Homme	Hommes	Epouse	Epouses	Epoux	Enfants	Enfant	Fils	Fille	Mère	Père
LA BIBLE	**757623**	**803**	**307**	**1808**	**1250**	**15**	**0**	**29**	**1196**	**201**	**4172**	**373**	**328**	**1113**
LE CORAN	**166438**	**38**	**86**	**140**	**115**	**10**	**43**	**6**	**96**	**42**	**77**	**31**	**49**	**118**

6. TEXTES LEGISLATIFS ET DISCOURS EN FRANCE ET AU MAROC

a. Présentation des résultats d'analyse sur les lois et directives en France

En France, secteur complexe, l'administration de l'eau s'organise autour de la loi de 1964. Marqué par la volonté d'ordonnancer un secteur à plusieurs niveaux et de répartir les responsabilités des acteurs, l'objectif vise la protection contre la pollution et la réglementation des usages. Placé sous le thème de la politique et société (462) avec une prédominance du lexique du droit (192), ce texte argumentatif est consacré à l'organisation du secteur entre institutions, agences, collectivités locales et l'accomplissement du service public. L'eau (239 citations) est abordée sous l'angle des cours d'eau (ressource) et de la production de l'eau potable avec une intégration de la problématique écologique (et non pas environnement) où le problème de la pollution semble motiver les actions prises. Description précise de la répartition des prérogatives des acteurs et de la réglementation des passages, zones d'aménagement et autres usages liés à l'eau, cette loi considère toutes utilisations frauduleuses à punir au nom de l'intérêt général. A partir de 1964, le secteur de l'eau français s'organise en quatre bassins hydrographiques, une clarification qui jette les bases d'une gestion décentralisée. Cette première loi a l'avantage de régir les compétences et prérogatives de chacun. Incomplète néanmoins, elle est suivie par une nouvelle loi en 1992 votée presque 30 ans après.

Etape clé qui institue l'eau comme un patrimoine commun de la nation, la loi de 1992 est l'aboutissement d'une démarche visant à protéger l'eau au nom de l'intérêt général. Placé sous le cadre de la politique et la société (556), ce texte perçoit l'eau (149 citations) comme une ressource, un objet d'utilité publique et dont les usages et le partage sont à gérer. Les grands thèmes ciblent la conformité des installations avec une préoccupation marquée pour la préservation de la qualité de la ressource (23 citations liées à la conformité) et la sécurité civile ou la sécurité face aux risques (sanitaire, inondations…), l'organisation de l'ordonnancement de 1964 et l'intérêt général. Cette loi est marquée par un vocabulaire insistant sur la règle, les limites et mesures promues par le législateur. Le texte valorise le cadre du droit et une gestion participative où les rôles de chacun sont clairement distribués et dont les écarts peuvent être punis (apparition d'amendes). Citons le caractère transversal de la loi qui relie la gestion de l'eau à la santé, l'habitat, l'alimentation à signaler une vision intégrée du secteur où les différents aspects sociaux sont compris dans l'activité du législateur.

Entre 1992 et 2004, l'eau ne fait pas l'objet de loi strictement destinée à changer son activité. Un ensemble de lois sont néanmoins votées sur des sujets connexes qui vont impacter l'activité du secteur. La Loi Sapin de 1993 change le fonctionnement de l'attribution des marchés publics comme les marchés de gestion de l'eau. En France, la gestion de l'eau est décidée par la commune qui a le choix entre une gestion publique et une gestion déléguée à un service privé.

La Loi Sapin répond à une volonté étatique de lutter contre la corruption et de garantir la transparence dans la gestion des marchés publics. Dans ce texte domine le sous cadre du politique et société (840) avec les lexiques du droit (249), l'organisation du secteur (183) notamment du secteur public (50 citations). Le sous cadre de l'économie est fortement présent (649) avec des lexiques liés au commerce (129), à la finance (51), les entreprises (56) et les marchés (96). Ce texte cible la délégation de service public dans l'article 38 qui institue l'obligation d'une offre publique avec sélection du candidat justifiée par des négociations au caractère toutefois non obligatoire. La Loi Sapin vise à modéliser l'activité de service public en insistant sur les mesures et punitions à la disposition des autorités en cas de non-respect des

principes énoncés. Ce texte insiste sur la transparence des activités des services de l'Etat est logiquement peu intéressé par les questions sociales, culturelles voir d'environnement (4 citations d'écologie et nature) accordant une place prépondérante à la force coercitive de la loi.

La loi de 1995 sur les marchés publics et délégations de service public prolonge la Loi Sapin à régir les activités économiques et poser la question de la responsabilité des acteurs. Avec un sous cadre sur politique et société prédominant (198), les questions de droit (58) et d'organisation du secteur (36) placent ce texte dans la lignée de l'activité du législateur en matière de réglementation du service public (20 citations). Ce code des activités publiques affine les dispositions des marchés de service public renforçant la présence de l'Etat dans ce domaine.

Incontournable texte voté en février 1995, la Loi Barnier est un moment clé en France dans la protection de l'environnement. Postulant l'application d'un principe de précaution, cette loi serait à qualifier d'englobante voir totalisante par l'ensemble des domaines qu'elle inclut. L'air, l'énergie, les déchets, les risques naturels et évidemment, l'eau ; cette loi souhaite agir pour l'intérêt général pour la prévention des risques (Prévention : 29 citations). Elle modifie l'ensemble des codes précédents comme le code rural, de l'urbanisme, s'instituant texte fondateur en matière de législation environnementale. Sa volonté de tout traiter se retrouve dans la complémentarité des cadres où domine le cadre du visible sans négliger les autres thèmes sociaux et environnementaux.

Marquée par les sous cadre de la politique et responsabilité (981) et du droit (415), la Loi Barnier vise la sécurité et les collectivités locales à valoriser le rôle des agences et des acteurs du secteur public et privé. Le traitement de l'économie (206) ou de la technique intègre l'ensemble des aspects métiers (traitements physico-chimique, exploitation des réseaux, production…) et rappelle cette volonté de la loi d'aborder les aspects majeurs liés au domaine de l'environnement. La Loi Barnier intègre à ce titre, une forte dimension environnementale en oscillant entre environnement (51), écologie (41) et nature (121), elle cite la définition du Développement Durable issue du *Rapport Brundtland*. Placée sous ses augures, l'objectif est de contrer les « atteintes irréversibles » qui pourraient être causées à l'environnement. L'aspect social s'intéresse à la vie pratique, l'habitat, l'alimentation ou la santé publique.

Dans ce cadre, l'eau est perçue comme un élément intégré à d'autres domaines comme l'air ou les sols. La loi insiste sur le littoral, peu abordé dans les précédentes lois où la protection et sa sauvegarde sont mises en avant, et la gestion des risques notamment naturels ou les crues torrentielles dont la France a été victime au début des années 90 (Nîmes, Pyrénées, Vaison-la-Romaine…).

Ce texte propose des dispositions à différents niveaux (commune, sphère civile, secteur privé, etc.) dans une volonté qui vise l'intérêt général. L'environnement est traité comme un patrimoine commun à préserver autour des trois principes énoncés en introduction qui caractérisent la Loi Barnier, le principe de précaution, le principe pollueur-payeur et le principe d'action préventive et de correction.

La plus récente loi de l'eau en France est la transposition de Directive 2000/60/CE pour la gestion communautaire de l'eau à l'échelle européenne. Cette directive a conduit à des actions en faveur d'une gestion durable de l'eau dans l'Union Européenne (communication de la Commission Européenne datée de mars 2007). Le lien entre législation européenne et française démontre l'influence de la sphère européenne sur les modalités d'organisation nationale. Placée sous le cadre du politique et responsabilité (106), l'eau est perçue comme un élément à gérer et une consommation. L'intérêt de ce texte est l'analyse économique de l'usage (impact sur la ressource, eau destinée à la consommation humaine, coûts liés à l'utilisation de l'eau) en plus d'éléments plus « classiques » comme la protection des communes

souterraines ou de surface. La loi décline à travers un schéma directeur modifiant les codes de l'urbanisme et des collectivités locales. Ce texte s'intègre au code de l'environnement, il modifie ses dispositions pour renforcer la protection et la gestion de l'eau en France.

Pour l'ensemble de ces quatre décennies de textes sur l'eau et l'environnement, la volonté politique transparaît pour organiser le secteur en légiférant ses activités à travers une vision inclusive des différents aspects liés à la gestion de l'eau (aspects environnementaux, aspects sociaux). Cette volonté aboutit à une législation en vue d'une gestion de plus en plus intégrée. L'influence européenne et internationale est repérée indirecte à travers le choix des termes (Développement Durable) ou des principes fondateurs conduisant les actes pris (principe de précaution). Cet effet d'échelle n'oublie pas les aspects localisés de la gestion de l'eau et la particularité du secteur français influencé par la délégation privée de service public, une école qui n'est pas majoritaire à l'échelle de la planète. Dans le secteur de l'eau, elle représente moins de 10% du marché.

La question de la femme évolue en France où l'enjeu se pose au niveau de la parité et l'égale représentation des femmes en politique et ailleurs. La loi de 1995 pour la création de l'Observatoire de la parité (modifié en 1998 pour réorganiser l'Observatoire) et la loi de 2000 pour l'égal accès aux mandats électoraux ont le même objectif : promouvoir la représentation féminine dans les différents organes de l'Etat. Ces textes très politiques (61 citations en 1995 et 138 en 2002) ciblent le droit et l'organisation du secteur public et politique. Il s'agit de favoriser la présence féminine pour permettre la visibilité de cette dernière sur la sphère publique. Il semble qu'à terme, l'objectif visé est la modification des mentalités et la promotion dans l'ensemble des sociétés des « actions entreprises en faveur de la parité politique, et plus particulièrement les campagnes institutionnelles visant à promouvoir la parité et le développement de la citoyenneté ». (Article 9-1).

Ces textes soulignent un choix de légiférer le secteur politique, les autres secteurs comme le secteur privé, ont le ou non de suivre cette volonté affichée par l'Etat. En d'autres termes, si les entreprises choisissent de promouvoir la femme à des postes à responsabilité, c'est afin de répondre à d'autres formes influentes qui peuvent exister. Ces dernières ne relèvent d'une obligation ce qui explique la signature conjointe par plusieurs entreprises privées d'une Charte de la diversité en 2004. Cet accord signale un engagement sur des problématiques qui devancent le législateur… En attendant que ce dernier s'engage à le faire, la préoccupation est déjà perçue par l'entreprise privée SUEZ,

> *(Entretien Stéphane Quéré) « Le rôle de l'entité publique est le bien de tous et le jour où tombera une directive européenne sur la diversité et des quotas de femmes, on fera quoi ? Le jour où nos clients intégreront dans leurs pré-requis qu'on est un certain nombre de politique sociale ou environnementale et qu'ils regarderont précisément ça et que nous on répondra qu'on a 2% de femmes dans nos équipes, on fera quoi ? On embauchera n'importe qui pour répondre aux quotas ? »*

b. Présentation des résultats d'analyse sur les lois et discours au Maroc

Le secteur de l'eau au Maroc est caractérisé par une organisation décentralisée et complexe à l'image du secteur français. Les conditions climatiques et l'influence religieuse font de l'eau, un objet précieux et fondamental aux yeux des Marocains et de l'Etat. Pour autant, le secteur de l'eau reste peu réglementé jusqu'en 1995. Seule une loi de 1914 institue l'eau relevant du domaine public. Cette loi est complétée par différents textes adaptés aux besoins du moment sans volonté de gestion ou d'organisation du secteur de l'eau (plusieurs de ces textes sont abrogés par le Dahir de 1995).

> « Les règles qui régissent le domaine public hydraulique sont de diverses origines. Toutefois, au Maroc, le premier texte se rapportant à l'eau date de 1914. Il s'agit du dahir du 7 chaabane 1332 (1er juillet 1914) sur le domaine public qui, complété

par les dahirs de 1919 et 1925, intègre toutes les eaux, quelle que soit leur forme, au domaine public hydraulique. Depuis cette date, les ressources en eau ne peuvent faire l'objet d'une appropriation privative, à l'exception des eaux sur lesquelles des droits ont été légalement acquis. D'autres textes ont été élaborés par la suite, afin de faire face aux nouveaux besoins qui se sont fait sentir. »[4]

Seule la création de l'ONEP par un Dahir en 1972 signale une volonté étatique de préserver la ressource et d'anticiper les sécheresses ; une politique caractérisée par une campagne de construction de barrages dans les années 70. Moment fort en matière de gestion de l'eau, la loi de 1995 dresse un portrait très complet du secteur de l'eau à partir d'un inventaire des ressources nationales. Cette loi, toujours d'actualité, a été complétée en 1999 par des modifications mineures portant sur les amendes et condamnations en cas de non-respect des principes de la loi de 1995. A l'image de la Loi Barnier sur l'environnement, la loi sur l'eau aborde les trois thèmes de la technique, l'économie et le politique. Cette disposition sur l'eau est caractérisée par l'importance de légiférer les usages, la ressource, la propriété, la gestion et l'implication des acteurs qu'ils soient publics, associatifs ou encore, les usagers.

Le sous cadre du politique, de la responsabilité (667) et du lexique du droit (296) sont dominants avec l'organisation du secteur (74) où abondent les termes de plan, partage, répartition, gestion… Ce texte cherche à prévenir la pénurie, la surexploitation ou encore les risques naturels. L'économie (247) et les questions techniques (56) sont intégrées aux préoccupations de cette loi particulièrement intéressante pour la force de sa description du secteur de l'eau. L'eau est à ce titre perçue comme un usage, un objet à gérer, une ressource et également, un lieu essentiel pour la vie quotidienne, la santé, l'alimentation…

Une partie de la loi est consacrée aux intérêts thérapeutiques de l'eau, un élément médical qui offre une perception sensible de l'eau doué d'un caractère social et culturel. Un élément différenciant avec la perception française est l'insistance sur le caractère privé (103) au contraire du caractère public de l'eau (39). L'eau est un bien public depuis 1914, le texte détaille les utilisations de l'eau pour des besoins privés qui sont interdits. L'introduction de sanctions et punitions est une étape essentielle pour la législation du secteur renforçant le caractère coercitif de cette loi et qui explique également, la modification de 1999 qui alourdit les peines encourues en cas de non-respect de la loi.

En conclusion, la loi de 1995 ouvre la voie à la gestion privée en autorisant le recours à un concessionnaire pour administrer la gestion du domaine hydraulique public, aussi les contrats de gestion déléguée sont placés sous le contrôle des autorités. C'est à partir de cette loi que le premier contrat de gestion déléguée est signé au Maroc en 1997, il concerne le périmètre de la ville de Casablanca cédé pour une durée de 30 ans à LYDEC.

Si le secteur de l'eau n'a pas été modifié depuis 1995, il a été marqué par le discours de S.M. le Roi Mohammed VI au cours de la 9ème session du Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat à Agadir, le 21 juin 2001. Ce discours fait suite aux Objectifs du Nouveau Millénaire et au constat que l'accès à l'eau au Maroc n'est pas réalisé. Si l'eau est accessible en majorité dans les villes, le Maroc accuse d'un retard en matière de raccordement des zones rurales et matière d'assainissement liquide. Ce discours fait suite aux périodes de sécheresse répétées à limiter l'utilisation de la ressource dans certaines régions à la période estivale. Dans ce discours, si Mohammed VI se félicite de la gestion des ressources hydriques caractérisée par une politique de barrages ambitieuse réussie, il appelle à un changement profond du mode de gestion.

[4] Dahir n°1-95-154 du 16 août 1995 portant promulgation de la loi 10-95 sur l'eau du 20 septembre 1995.

> « En effet, la problématique de la gestion de l'eau est si complexe et a de telles ramifications qu'elle ne peut se prêter à un traitement purement technique, pas plus qu'elle ne peut être évacuée moyennant de simples aménagements partiels ou ponctuels. »[5]

Cette demande appelle à la fois à une concertation des acteurs, d'où l'importance du sous cadre politique et responsabilité (44) où le lexique de l'organisation domine (12). Cette organisation du secteur souligne le manque de cohésion entre les acteurs de bassin, collectivités locales et ministères avec l'ONEP et les entreprises privées. Ce discours prononcé devant le Conseil Supérieur du Climat souligne que tous les acteurs marocains sont impliqués dans cette nouvelle ère de la gestion de l'eau. Le Roi appelle les usagers à « la rationalisation de sa consommation » en s'adressant à la fois aux agriculteurs, les premiers à souffrir de la sécheresse et aux industriels, entreprises et au public en ciblant les consommateurs des villes. Cette volonté s'illustre à travers un plan national de développement des ressources en eau avec des objectifs à horizon 2030. L'alternance du « nous » et « vous » vise à responsabiliser les auditeurs, elle se conclut par un emploi du « vous » qui transmet la responsabilité à ses auditeurs. A la suite de ce discours, les actions ont été visiblement modifiées notamment l'ONEP qui a inscrit ce texte au cœur de sa stratégie.

En matière de Développement Durable et d'environnement, le Maroc est engagé dans la protection des ressources naturelles avec la Déclaration de Rio. Depuis 1992, de nombreux décrets ont contribué à renforcer la législation en matière d'environnement notamment les forêts, le littoral, etc. Un discours clé de S.M. le Roi a été prononcé en 2002 suite au Sommet de Johannesburg. Le Roi y souligne les efforts du Maroc en matière d'environnement dans un contexte où le développement économique et social est difficile pour des « pays d'Afrique et les autres pays en développement ». Le souverain remarque l'importance du rôle de la communauté internationale dans la réalisation du Développement Durable pour les nations comme le Maroc soulignant l'influence de la sphère internationale sur ces sujets et la dépendance du Maroc en matière de financement pour parvenir au développement souhaité.

En matière de social, deux événements doivent retenir notre attention. Le premier porte sur le Code de la Famille, avancée majeure dans la reconnaissance des droits de la femme au Maroc. Ce code reconnaît le droit de la femme de disposer de sa personne (elle n'est plus placée sous tutelle) et nombre de droits dans le cadre du mariage, de la séparation et de la garde des enfants. L'importance du terme « famille » (96) contrairement au mot femme (22) ou homme (tout de même minoritaire avec 4 citations) souligne l'intention de cette loi de réformer la conception de la famille et non pas de promouvoir un code favorable à la femme ou féministe.

> « Le Code ne devrait pas être considéré comme une loi édictée à l'intention exclusive de la femme, mais plutôt comme un dispositif destiné à toute la famille, père, mère et enfants. Il obéit au souci, à la fois, de lever l'iniquité qui pèse sur les femmes, de protéger les droits des enfants, et de préserver la dignité de l'homme. »[6]

Ce code est l'aboutissement de plusieurs décennies d'actions menées par les différentes associations féministes puis les partis politiques au Maroc. Cette nouvelle loi se heurte aux mentalités et au poids de la tradition dans un pays où la pratique judiciaire n'a jamais accordé aux femmes de droits équivalents à ceux des hommes ; l'application du Nouveau Code de la Moudawana reste lente et progressive. Elle rappelle le statut du droit qui pousse aux changements de mentalité, un élément très visible dans une lecture genre des pratiques judiciaires au Maroc.

[5] Discours d'ouverture de S.M. le Roi Mohammed VI, 9ème session du Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat à Agadir, 21 juin 2001.

[6] Dahir n° 1-04-22 du 12 hija 1424 (3 février 2004). Portant promulgation de la loi n° 70-03 Portant sur le Code de la Famille.

> « Dans le cadre plus général de la relation genre et droit, il est évident que le changement de statut par la loi est une avancée majeure pour que la femme obtienne ses droits et devienne dans les faits, l'égal de l'homme. A titre de comparaison avec le domaine du politique, l'auteure de *Genre et politique au Maroc* centre les enjeux du débat autour de ceux d'une conception de genre ancrée dans les représentations en circulation dans la société marocaine. Comme le présente la note de l'éditeur de ce livre, l'intégration de l'analyse genre « révèle des conceptions moins simples : elle pointe non seulement les divergences, mais aussi les représentations partagées et la dimension sexuée des raisonnements des uns et des autres ». Malgré les deux tendances qui peuvent s'opposer entre Modernistes et Islamistes, la conception de genre confronte une pratique à une réalité qui n'est pas nécessairement acceptée tant par les hommes que par les femmes. »[7]

Dernier moment à aborder dans le cadre législatif du Maroc, l'Initiative Nationale de Développement Humain (INDH) lancée par S.M. le Roi Mohammed VI le 18 mai 2005. Au cours d'un discours incontournable et fondateur pour les programmes menés au Maroc en matière de développement, le Roi du Maroc s'attaque à la pauvreté afin de garantir le développement économique et social. Il fait suite au retard accumulé par le pays dans la réalisation des Objectifs du Nouveau Millénaire et dans la voie du développement. Le Maroc est classé 154ème en termes de développement humain et objet des critiques du PNUD qui lui reproche l'absence de cohérence nationale pour gérer les différents projets locaux lancés. Pour répondre au PNUD, l'INDH a la vocation de mesurer la satisfaction des besoins de la population et de définir les nouvelles actions nécessaires à réaliser de concert avec le tissu associatif, relais essentiel de la société civile.

L'INDH mêle la consultation de plusieurs centaines d'experts et des accords de financement avec par exemple, un premier accord signé avec la France de 9,2 millions de DH pour le renforcement de la qualité de vie de la population (programme de construction de logements sociaux). Concrètement, l'INDH se traduit par des projets sociaux axés sur les thèmes de l'accès au logement, à l'électricité, à l'eau potable et à l'assainissement et aussi, la formation, l'éducation, etc.

Dans ce discours, le Roi alterne dans un style dynamique l'utilisation du « nous », « tu » et « cher peuple ». Il propose une vision, « notre projet de société et de développement » où la question de l'accès aux services de base apparaît comme central pour permettre la croissance du pays. Il appelle à une « bonne gouvernance, à savoir la responsabilité et la transparence, les règles de professionnalisme, la large participation des citoyens ». Surtout, le Roi cible les populations défavorisées et plus particulièrement, les femmes.

> « Nous avons engagé, ainsi que les progrès et les acquis aujourd'hui engrangés, notamment dans les domaines de la consolidation de l'Etat de droit, de l'élargissement de l'espace des libertés, de la promotion des droits de la femme, de l'enfance et des catégories sociales démunies et fragiles. »

La Moudawana a été votée l'année précédente, cette répétition souligne la volonté royale de faire accepter ce code, objet de débats qui se heurte à la pratique. A ce titre, il convient de citer l'ensemble des actions menées dans le cadre de l'INDH en faveur de la femme (éléments retrouvés sur le site dédié à l'INDH). Il apparaît clairement que la promotion d'un statut égal de la femme est un moteur de développement pour le pays.

> L'INDH, programme unique en son genre, est l'objet d'un suivi qui contraint au résultat. Comme le montre le discours de S.M. le Roi en janvier 2006, l'INDH fixe des objectifs clairs sur lesquels les acteurs se sont engagés montrant une évolution vers une politique du concret.

[7] HERVE-BAZIN C. « Genre et pratiques judiciaires dans la région de Rabat », GREGAM, septembre 2006, p. 7.

c. Résultats d'analyse quantitative sur les lois en France

LEXIQUE	1964	1992	1993	1995 O	1995 M	1995 B	1998 O	2000	2004
Technique		23							
Economie		11	245	21	100	206	5	3	17
Politique	226	358	275	39	47	32	16	77	53
VISIBLE	**226**	**392**	**520**	**60**	**147**	**238**	**21**	**80**	**70**

INVISIBLE	**239**	**253**	**14**	**0**	**0**	**189**	**32**	**73**	**93**
Environnement	239	237	14	0	0	189	0	0	80
Social	0	0	0	0	0	0	22	63	0
Culturel	0	14	0	0	0	0	10	10	13

d. Résultats sur l'analyse quantitative des lois au Maroc

	1995	1999	2001	2002	2004	2005	2006
Technique	56	0	6	3	0	0	0
Economie	140	0	9	10	19	51	22
Politique	415	16	16	18	92	57	39
VISIBLE	**611**	**16**	**31**	**31**	**111**	**108**	**61**

INVISIBLE	**566**	**5**	**23**	**43**	**401**	**56**	**50**
Eau	480	5	23	11	0	11	0
Social	0	0	0	29	360	39	47
Culturel	86	0	0	3	41	6	3

7. CONFERENCES INTERNATIONALES

a. Résultats d'analyse quantitative

Ensemble des conférence

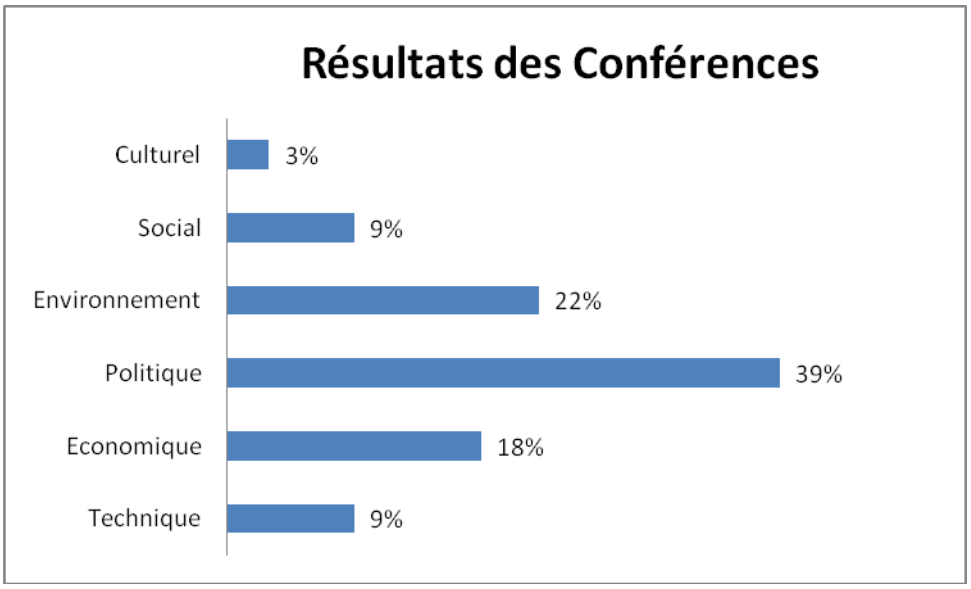
	S72	C79	B87	N90	D92	21/24	21/18	R92	C94	C95	P95	M97	P98	H00	O00	B01	J02	K03	C05	U05	M06	I09	TOT
Technique	12	6	161	10	16	21	236	18	42	18	5	1	4	9	1	4	3	11	0	0	3	22	603
Economique	46	28	301	11	60	78	321	39	88	106	33	4	25	11	13	8	7	18	0	3	27	45	1272
Politique	75	227	559	47	65	127	328	59	360	423	84	18	70	14	43	20	3	19	55	25	49	87	2757
Environnemen	67	0	251	58	69	17	570	100	62	13	3	4	56	21	27	29	3	22	0	34	50	123	1579
Social	45	32	35	7	4	6	142	13	193	94	12	4	3	4	15	4	0	6	12	8	10	18	667
Culturel	9	0	64	0	2	0	25	5	40	16	0	1	0	0	4	0	0	0	3	4	10	2	185
Total	254	293	1371	133	216	249	1622	234	785	670	137	32	158	59	103	65	16	76	70	74	149	297	7063

Données par co occurrence des lexiques analysés

	S72	C79	B87	N90	D92	21/24	21/18	R92	C94	C95	P95	M97	P98	O00	B01	J02	K03	C05	U05	M06	I09	TOT
Technique	5%	2%	12%	8%	7%	8%	15%	8%	5%	3%	4%	3%	3%	1%	6%	19%	14%	0%	0%	2%	7%	8%
Economique	18%	10%	22%	8%	28%	31%	19%	17%	11%	16%	24%	13%	16%	13%	12%	43%	24%	0%	4%	17%	15%	18%
Politique	30%	77%	41%	35%	30%	51%	20%	25%	46%	63%	61%	55%	44%	42%	31%	19%	25%	79%	34%	33%	29%	39%
Environnement	26%	0%	18%	44%	32%	7%	35%	42%	8%	2%	2%	13%	35%	26%	45%	19%	29%	0%	46%	34%	42%	23%
Social	18%	11%	3%	5%	2%	3%	9%	6%	25%	14%	9%	13%	2%	14%	6%	0%	8%	17%	11%	7%	6%	9%
Culturel	3%	0%	4%	0%	1%	0%	2%	2%	5%	2%	0%	3%	0%	4%	0%	0%	0%	4%	5%	7%	1%	3%

Répartition par lexique de chaque conférence

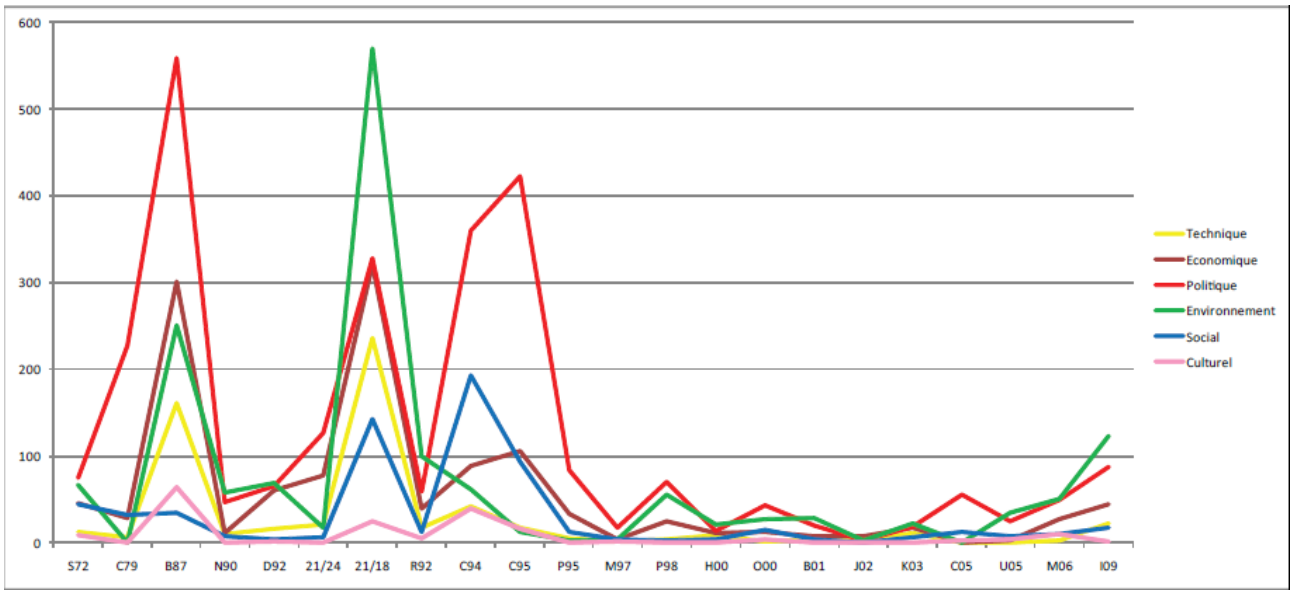
S72 : Stockholm 1972, C79 : CEDAW 1979, B87 : Brundtland 1987, N90 : New Delhi 1990, D92: Dublin 1992, 21/24: Agenda 21 – Chapitre 24, 21/18: Agenda 21 – Chapitre 18, R92: Rio 1992, C94: Le Caire 1994, C95: Copenhague 1995, P95: Pékin 1995, H00 : La Haye 2000, O00: Objectifs du Nouveau Millénaire 2000, B01: Bonn 2001, J02: Johannesbourg 2002, K03 : Kyoto 2003, C05 : CEDAW 2005, U05 : Décennie UNESCO Eau source de vie 2005, M06 : Mexico 2006, I09 : Istanbul 2009.



Total des lexiques de conférences : *Prédominance du lexique Politique.*

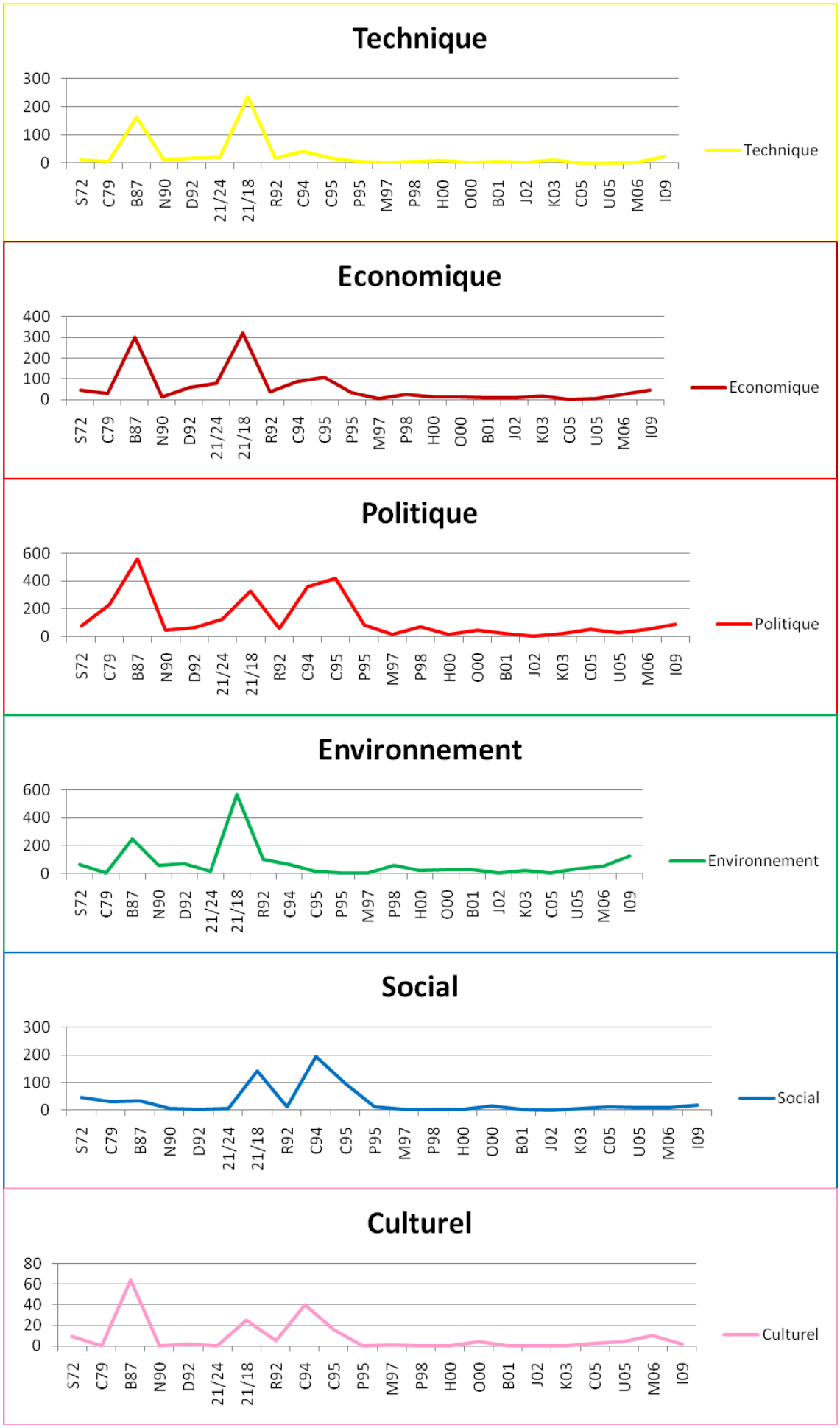
	S72		B87		D92		21/18		C94		J02	
Technique	12	5%	161	12%	16	7%	236	15%	42	5%	3	19%
Economique	46	18%	301	22%	60	28%	321	19%	88	11%	7	43%
Politique	75	30%	559	41%	65	30%	328	20%	360	46%	3	19%
Environnem	67	26%	251	18%	69	32%	570	35%	62	8%	3	19%
Social	45	18%	35	3%	4	2%	142	9%	193	25%	0	0%
Culturel	9	3%	64	4%	2	1%	25	2%	40	5%	0	0%
Total	**254**		**1371**		**216**		**1622**		**785**		**16**	
	C79		**N90**		**21/24**		**R92**		**C95**		**K03**	
Technique	6	2%	10	8%	21	8%	18	8%	18	3%	11	14%
Economique	28	10%	11	8%	78	31%	39	17%	106	16%	18	24%
Politique	227	77%	47	35%	127	51%	59	25%	423	63%	19	25%
Environnem	0	0%	58	44%	17	7%	100	42%	13	2%	22	29%
Social	32	11%	7	5%	6	3%	13	6%	94	14%	6	8%
Culturel	0	0%	0	0%	0	0%	5	2%	16	2%	0	0%
Total	**293**		**133**		**249**		**234**		**670**		**76**	
	P95		**M97**		**P98**		**O00**		**B01**		**C05**	
Technique	5	4%	1	3%	4	3%	1	1%	4	6%	0	0%
Economique	33	24%	4	13%	25	16%	13	13%	8	12%	0	0%
Politique	84	61%	18	55%	70	44%	43	42%	20	31%	55	79%
Environnem	3	2%	4	13%	56	35%	27	26%	29	45%	0	0%
Social	12	9%	4	13%	3	2%	15	14%	4	6%	12	17%
Culturel	0	0%	1	3%	0	0%	4	4%	0	0%	3	4%
Total	**137**		**32**		**158**		**103**		**65**		**70**	
			H00		**U05**		**M06**		**I09**			
Technique	594	8%	9	9%	0	0%	3	2%	22	7%		
Economique	1261	18%	11	11%	3	4%	27	17%	45	15%		
Politique	2743	39%	14	14%	25	34%	49	33%	87	29%		
Environnem	1558	22%	21	21%	34	46%	50	34%	123	42%		
Social	663	9%	4	4%	8	11%	10	7%	18	6%		
Culturel	185	3%	0	0%	4	5%	10	7%	2	1%		
Total	7004				**74**		**149**		**297**			

Résultats par conférence

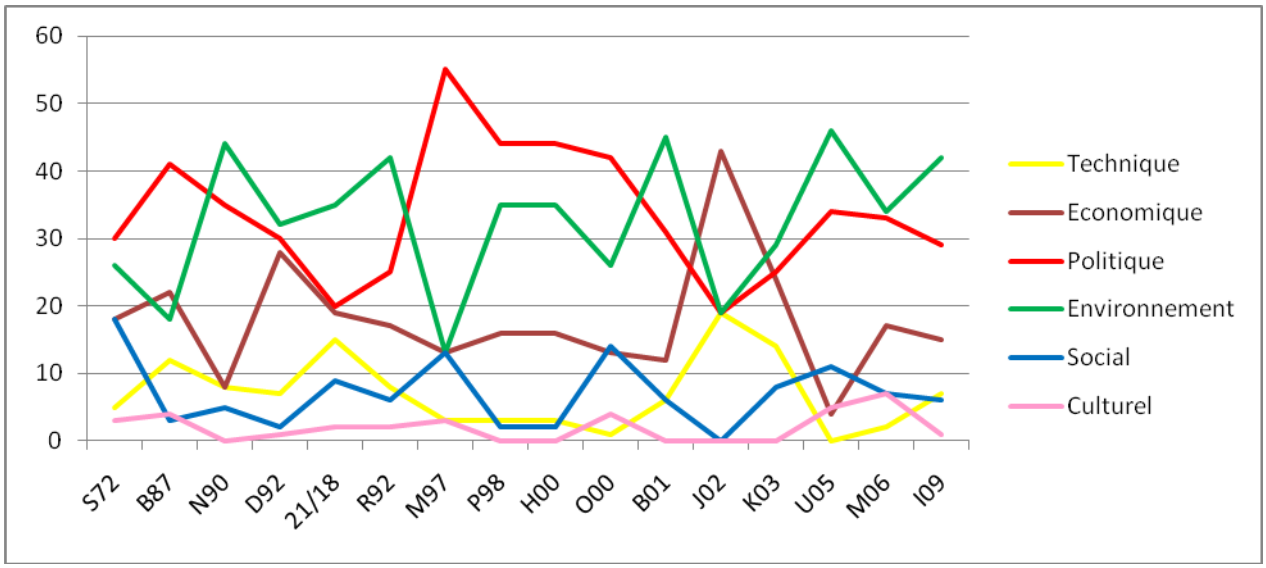


Evolution des lexiques

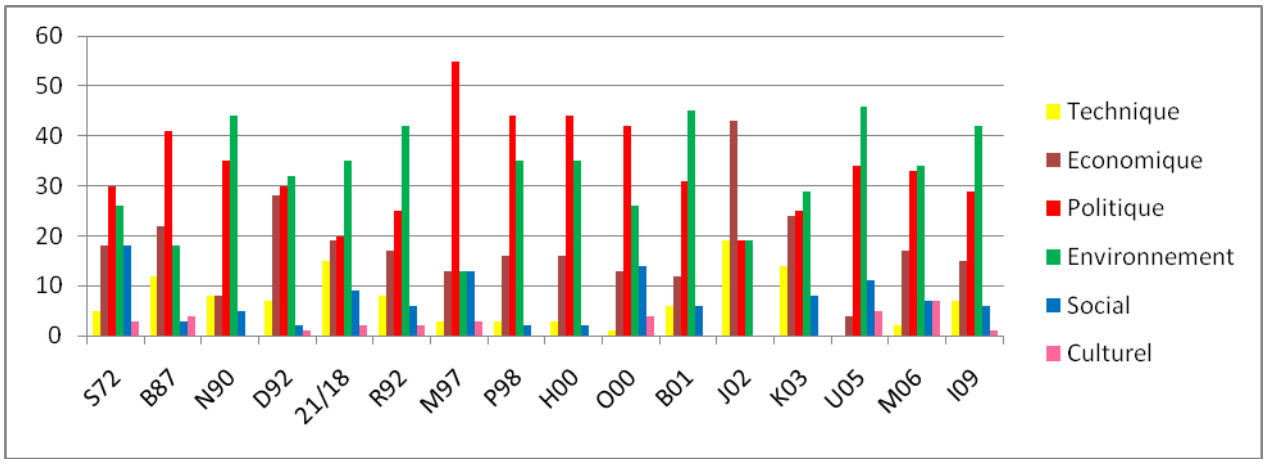
EVOLUTION PAR LEXIQUE



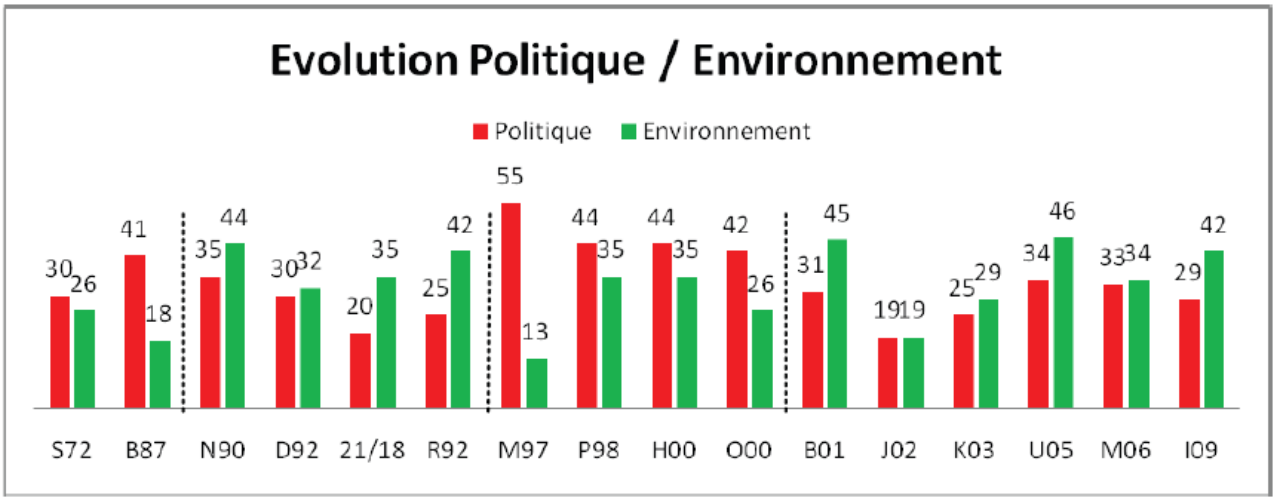
EVOLUTION DES DISCOURS DANS LES CONFERENCES SUR L'EAU ET LE DEVELOPPEMENT DURABLE



Evolution de 1972 à 2009

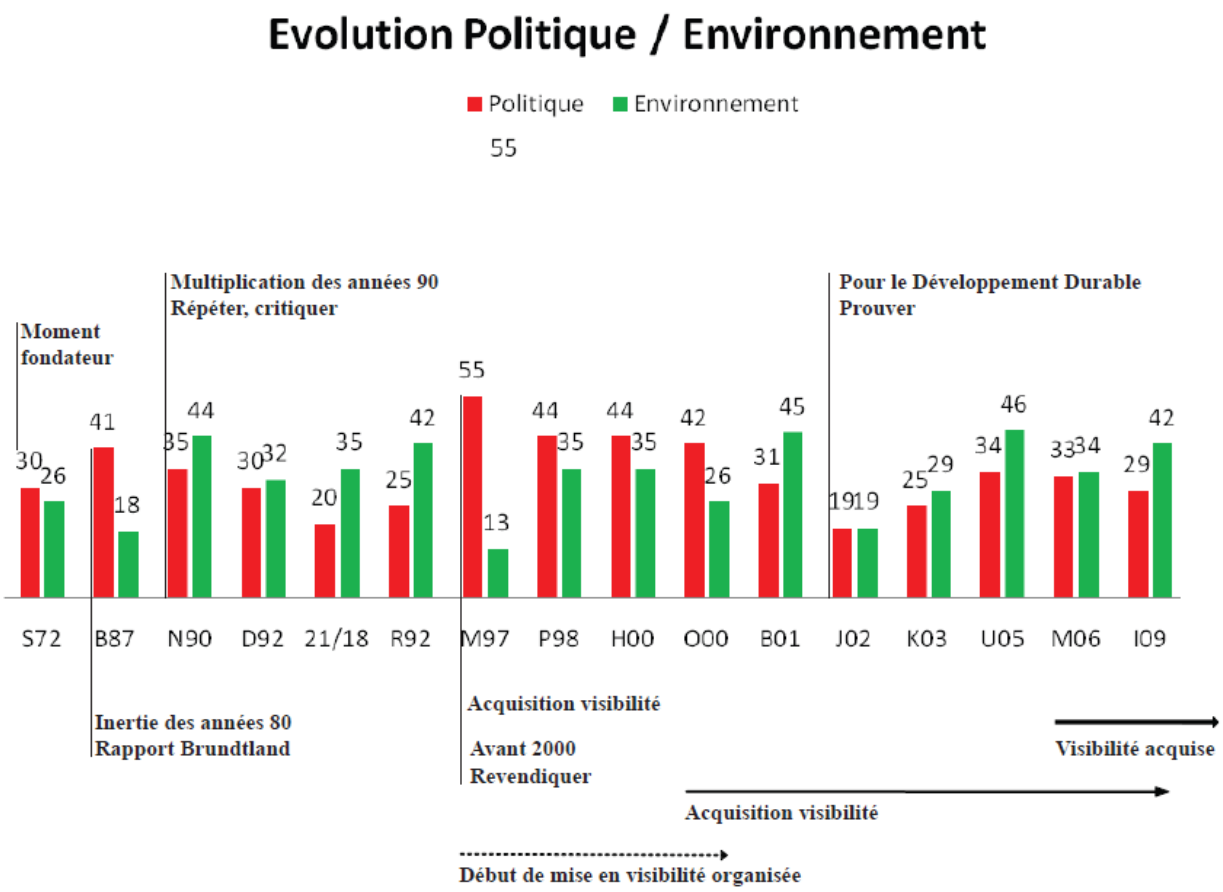


Part de chaque lexique de 1972 à 2009

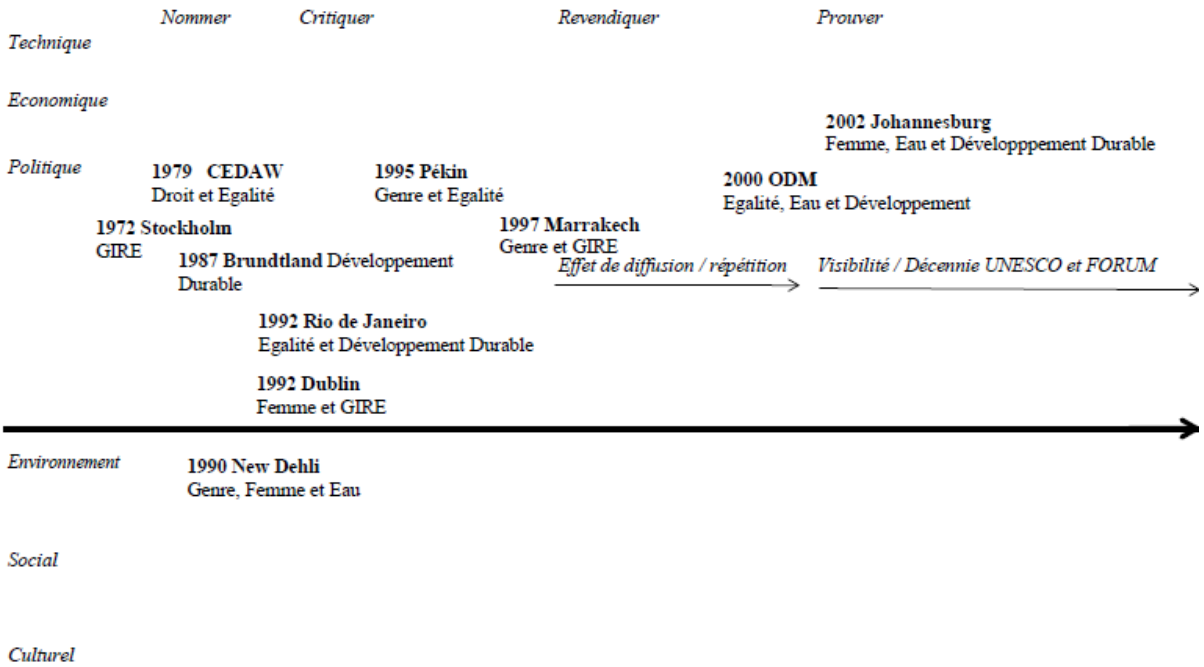


Nommer ***Critiquer*** ***Revendiquer*** ***Prouver***

Evolution du thème Politique et Environnement

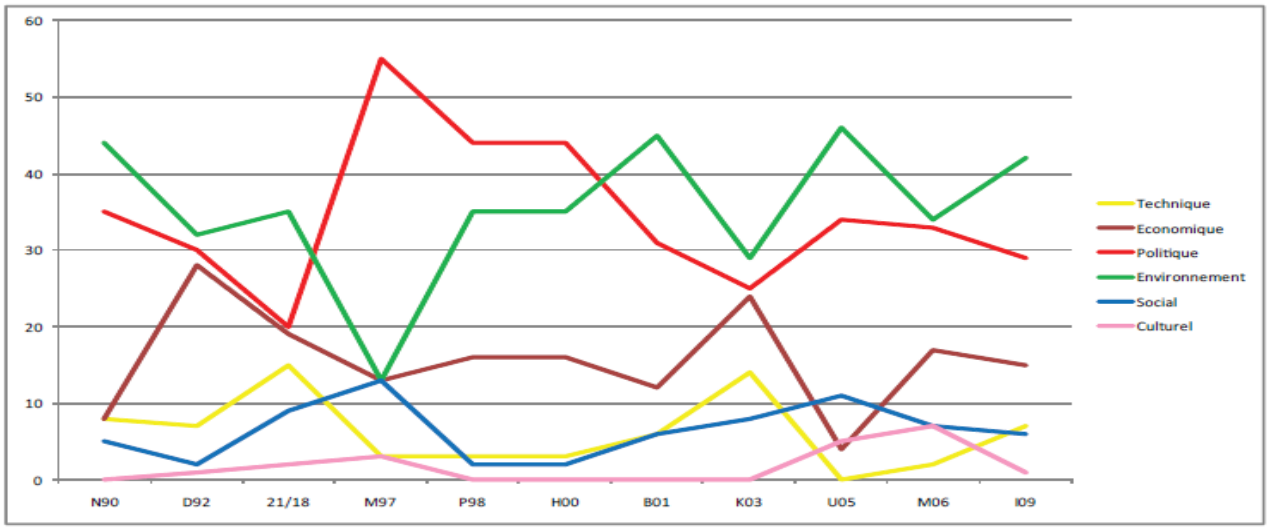


Découpage du rôle des conférences sur la sphère publique

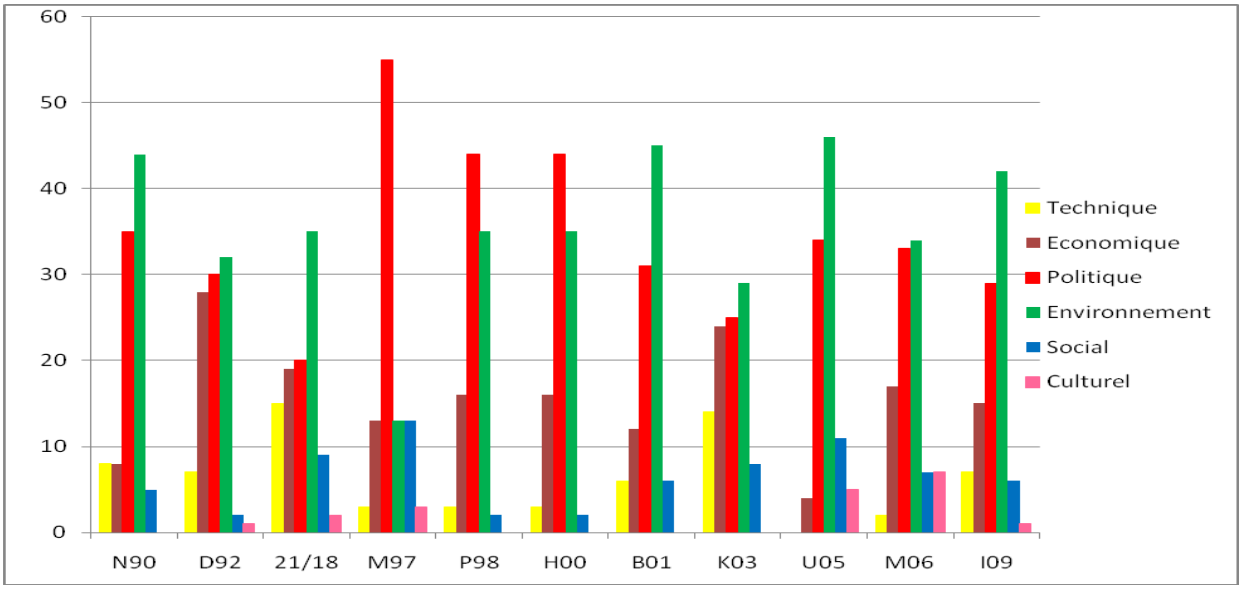


Rôle des Conférences dans les étapes du discours Femme, Eau et Développement Durable

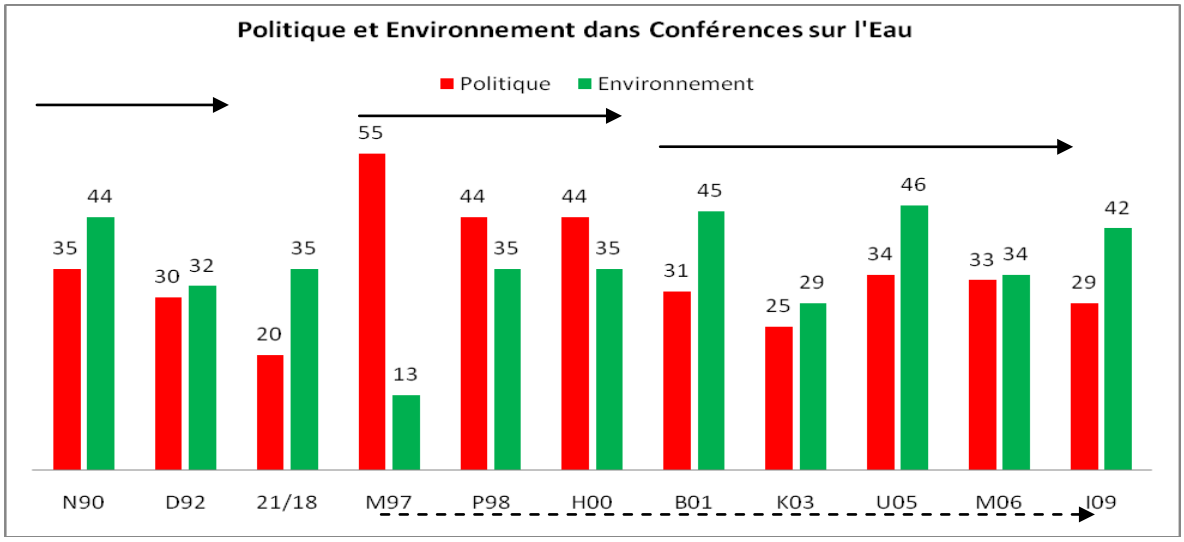
EVOLUTION DES DISCOURS DANS LES CONFERENCES SUR L'EAU



Evolution de 1972 à 2009



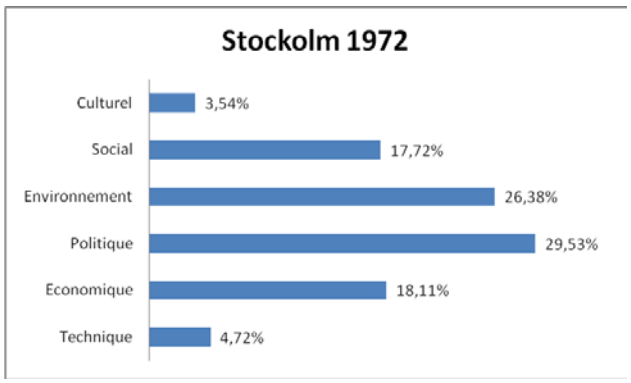
Part de chaque lexique de 1972 à 2009

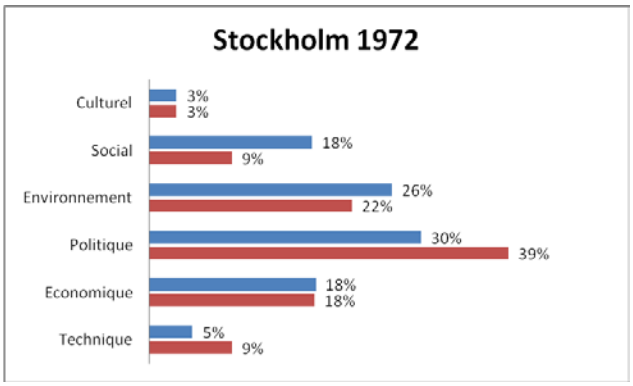


Nommer / Critiquer | **Critiquer/ Revendiquer** *Début de la visibilité* | **Revendiquer / Prouver** *Visibilité acquise* | ***Limité de la visibilité ?***

STOCKHOLM 1972

Technique	12	4,72%
Economique	46	18,11%
Politique	75	29,53%
Environnement	67	26,38%
Social	45	17,72%
Culturel	9	3,54%
Total	**254**	



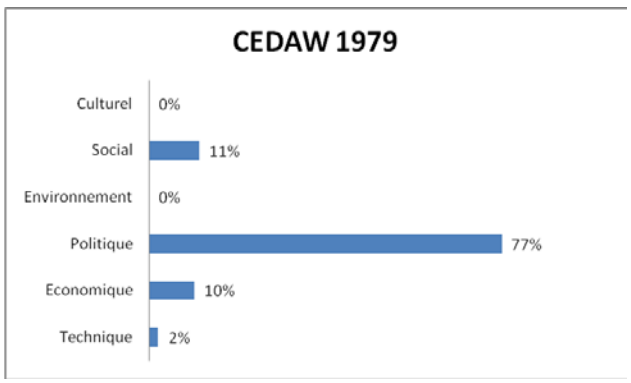


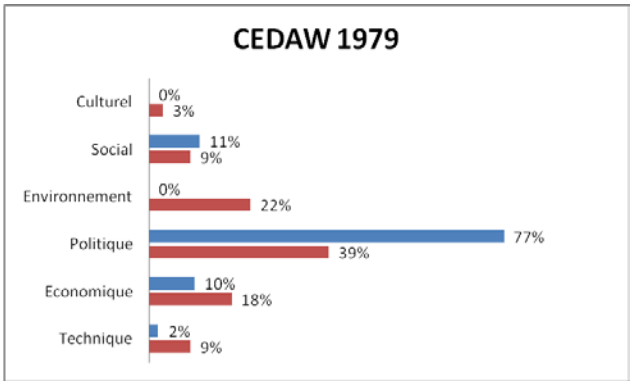
MAR DEL PLATA, 1977

« Des experts lancent les premiers cris d'alarme à la Conférence internationale sur l'eau que les Nations Unies organisent à Mar del Plata (Argentine). Cent cinquante nations sont représentées et cette conférence initie la "Décennie pour l'eau potable et l'assainissement" (DIEPA). L'objectif de cette "décennie" est de mettre en place, avant 1990, une eau potable accessible à chacun en quantité et qualité suffisantes ainsi que des structures de base. » (Odile Albert)

CEDAW, 1979

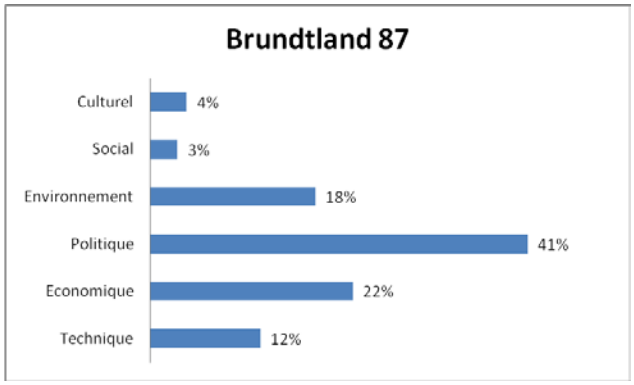
Technique	6	2%
Economique	28	10%
Politique	227	77%
Environnement	0	0%
Social	32	11%
Culturel	0	0%
Total	**293**	

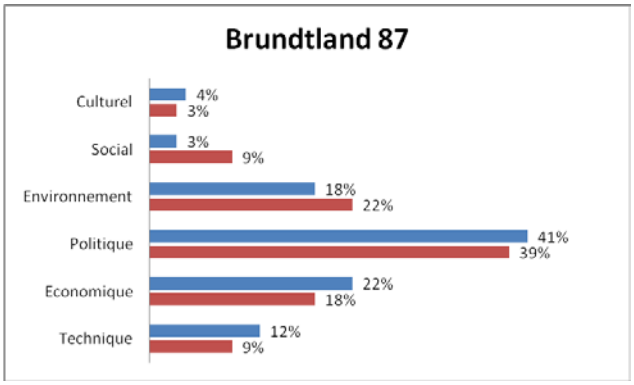




Rapport Brundtland, 1987

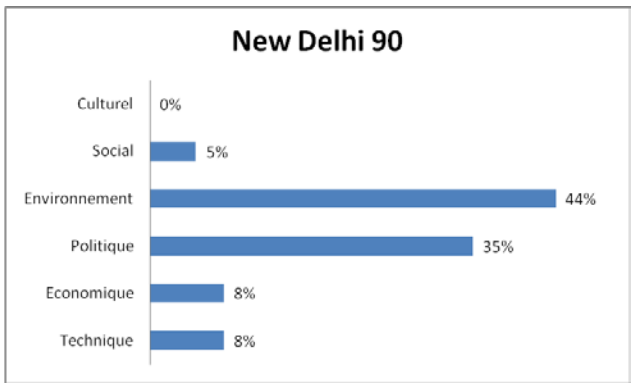
Technique	161	12%
Economique	301	22%
Politique	559	41%
Environnement	251	18%
Social	35	3%
Culturel	64	4%
Total	**1371**	

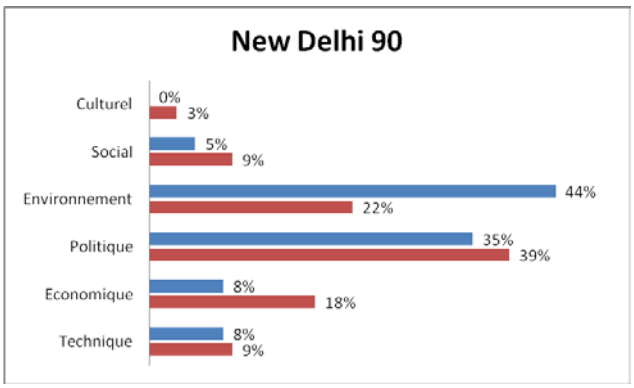




New Delhi

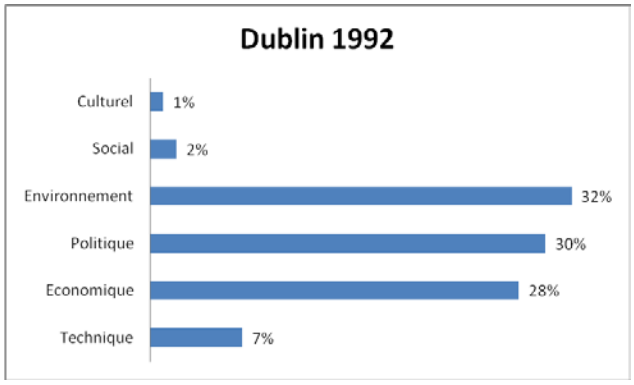
Technique	10	8%
Economique	11	8%
Politique	47	35%
Environnement	58	44%
Social	7	5%
Culturel	0	0%
Total	**133**	

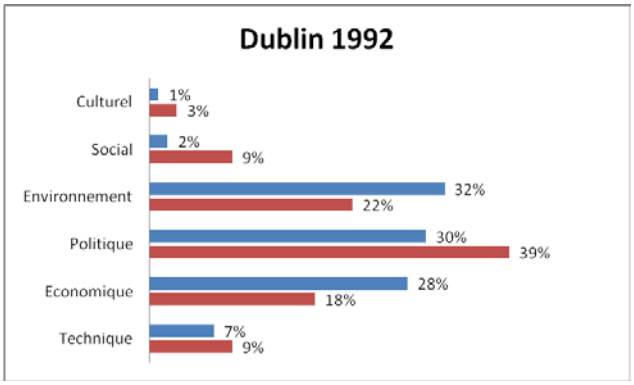




Dublin 1992

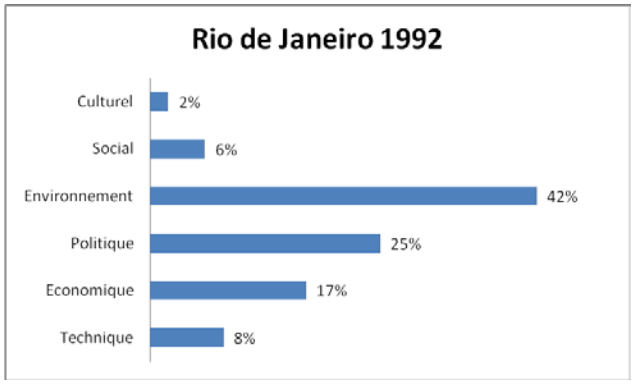
Technique	16	7%
Economique	60	28%
Politique	65	30%
Environnement	69	32%
Social	4	2%
Culturel	2	1%
Total	**216**	

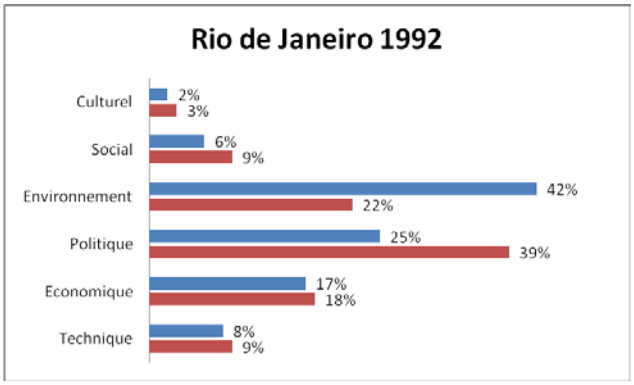




Rio de Janeiro 1992

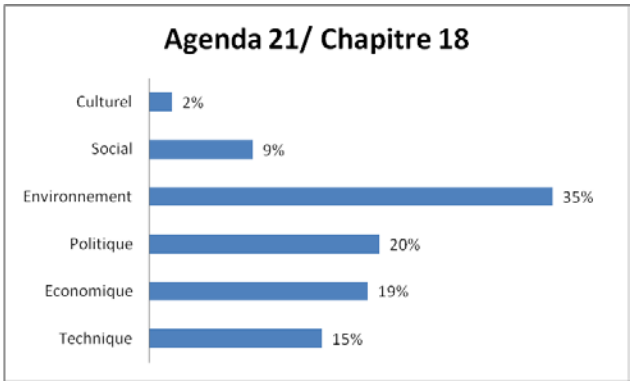
Technique	18	8%
Economique	39	17%
Politique	59	25%
Environnement	100	42%
Social	13	6%
Culturel	5	2%
Total	**234**	

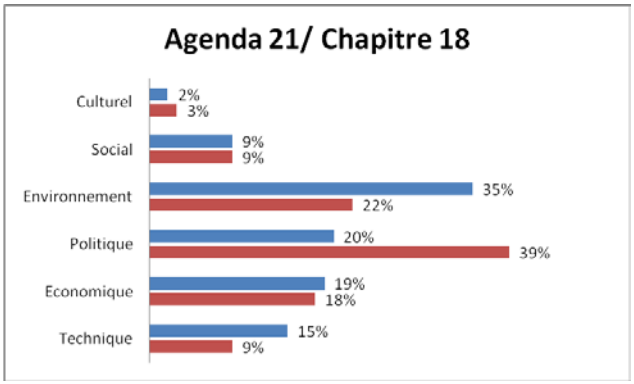




Action 21, Chapitre 18 (Eau)

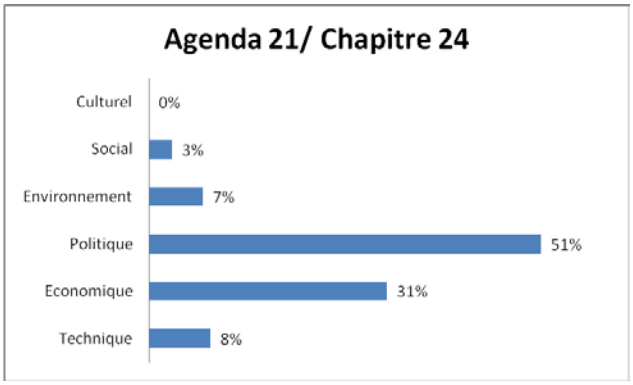
Technique	236	15%
Economique	321	19%
Politique	328	20%
Environnement	570	35%
Social	142	9%
Culturel	25	2%
Total	**1622**	

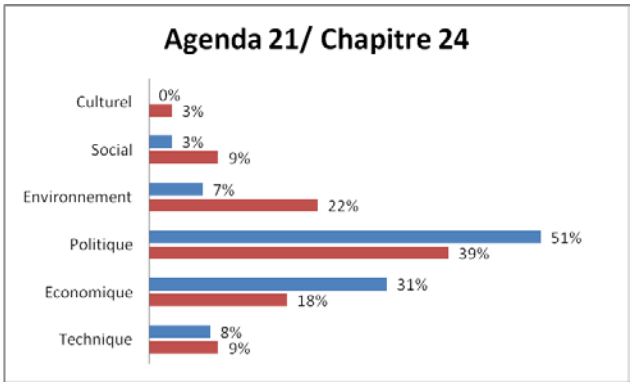




Action 21 Chapitre 24 (Femme)

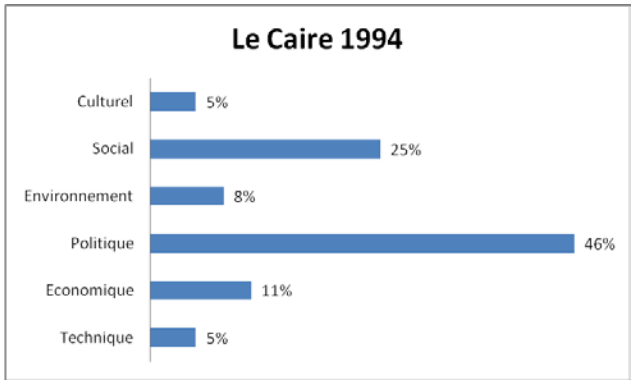
Technique	21	8%
Economique	78	31%
Politique	127	51%
Environnement	17	7%
Social	6	3%
Culturel	0	0%
Total	**249**	

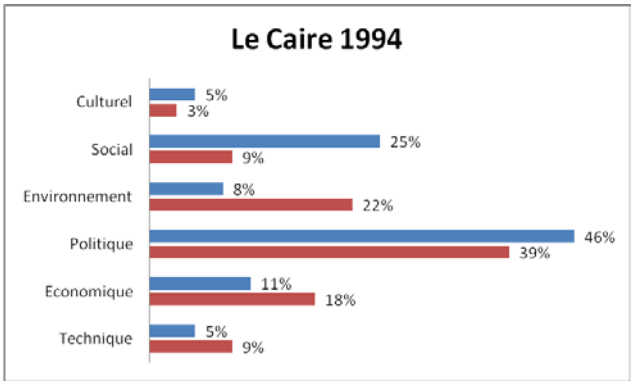




Le Caire 1994

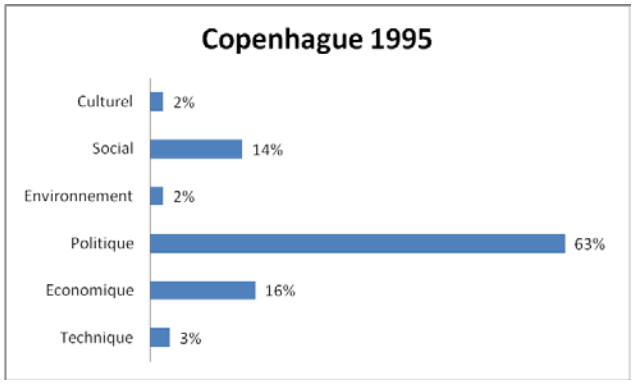
Technique	42	5%
Economique	88	11%
Politique	360	46%
Environnement	62	8%
Social	193	25%
Culturel	40	5%
Total	**785**	

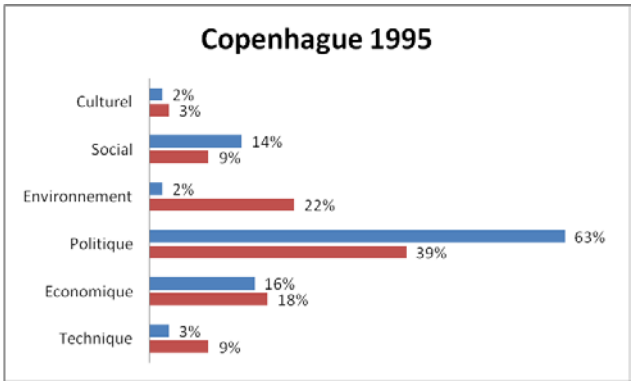




Copenhague 1995

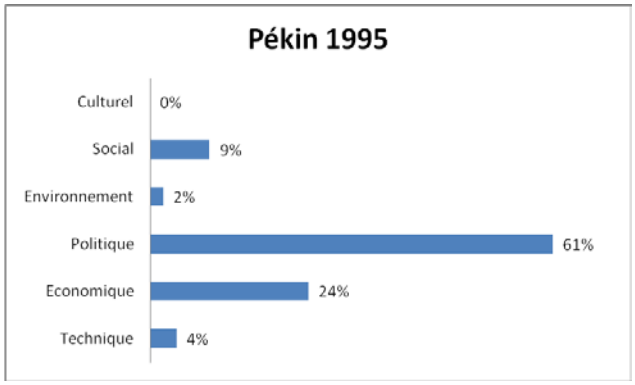
Technique	18	3%
Economique	106	16%
Politique	423	63%
Environnement	13	2%
Social	94	14%
Culturel	16	2%
Total	**670**	

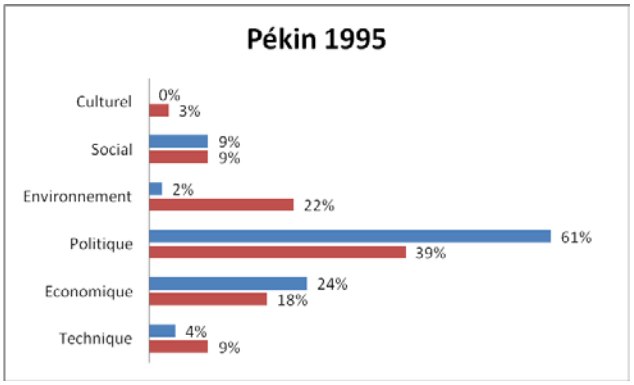




PEKIN 1995

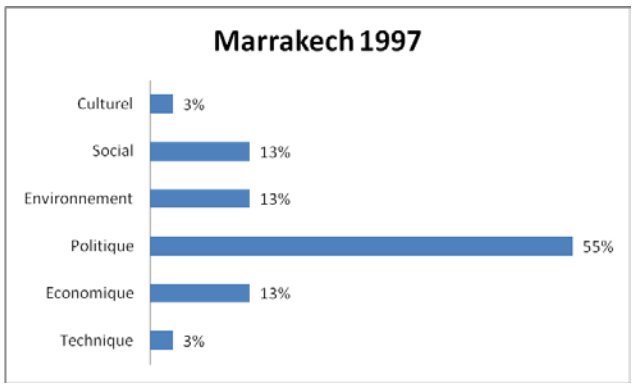
Technique	5	4%
Economique	33	24%
Politique	84	61%
Environnement	3	2%
Social	12	9%
Culturel	0	0%
Total	**137**	

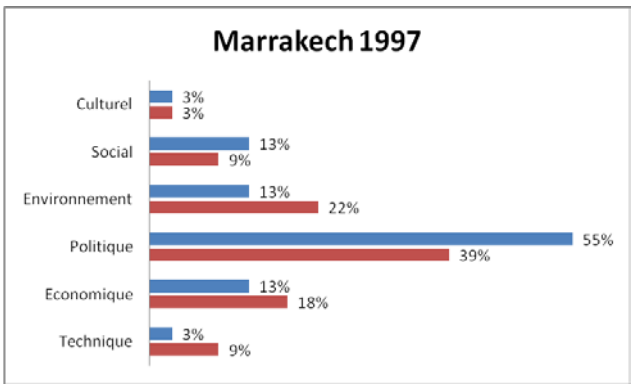




Marrakech 1997

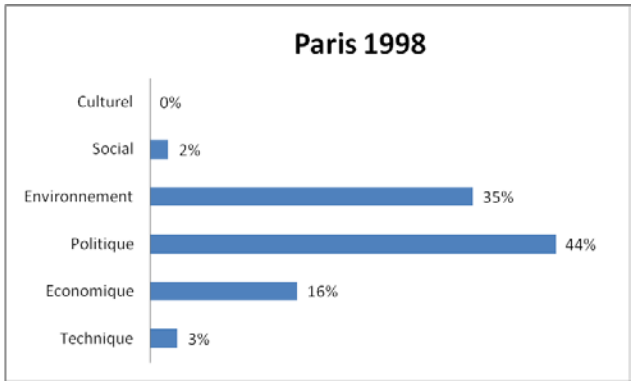
Technique	1	3%
Economique	4	13%
Politique	18	55%
Environnement	4	13%
Social	4	13%
Culturel	1	3%
Total	**32**	

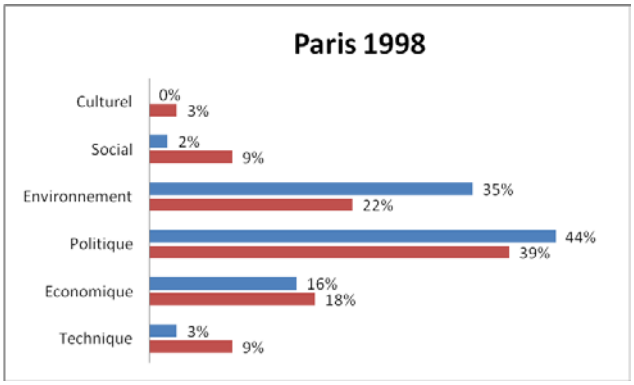




Paris 1998

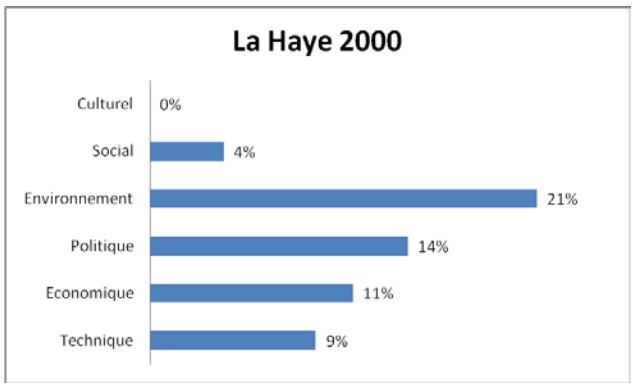
Technique	4	3%
Economique	25	16%
Politique	70	44%
Environnement	56	35%
Social	3	2%
Culturel	0	0%
Total	**158**	

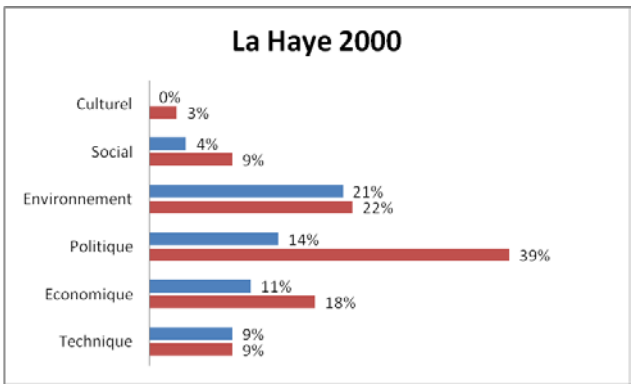




La Haye 2000

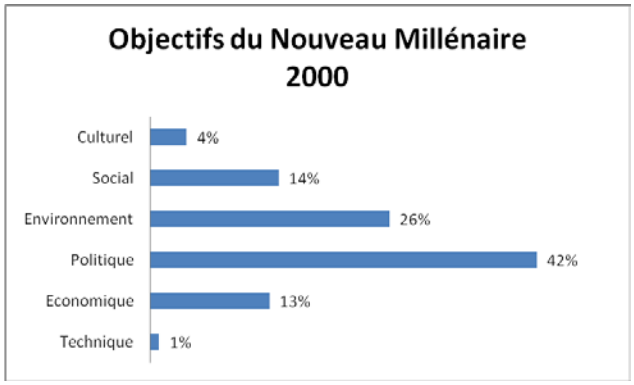
Technique	9	9%
Economique	11	11%
Politique	14	14%
Environnement	21	21%
Social	4	4%
Culturel	0	0%
Total	**59**	

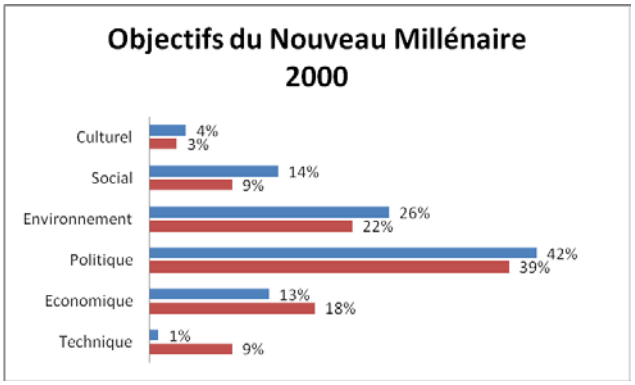




Objectif du Nouveau Millénaire 2000

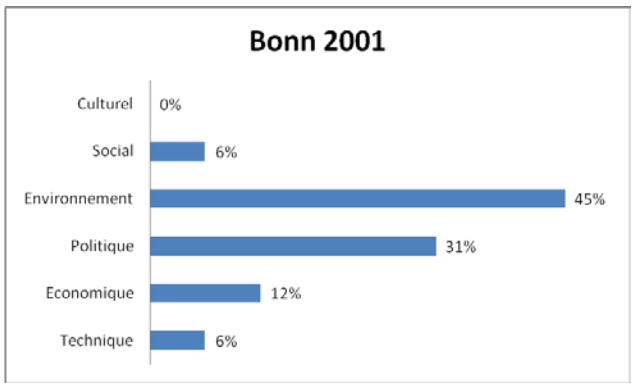
Technique	1	1%
Economique	13	13%
Politique	43	42%
Environnement	27	26%
Social	15	14%
Culturel	4	4%
Total	**103**	

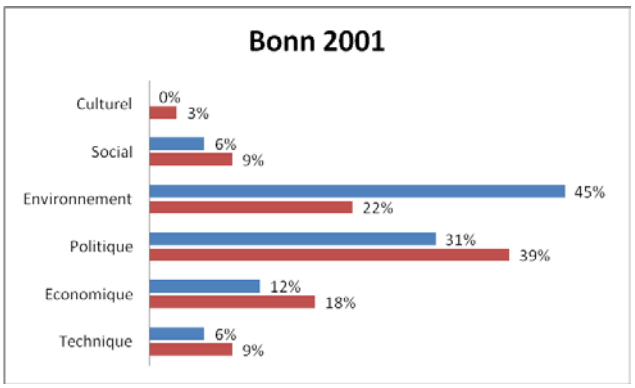




Bonn 2001

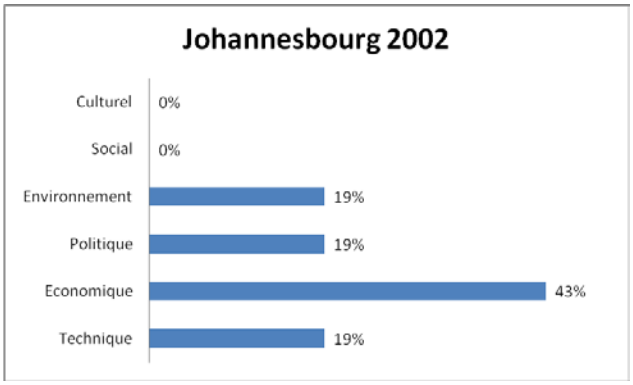
Technique	4	6%
Economique	8	12%
Politique	20	31%
Environnement	29	45%
Social	4	6%
Culturel	0	0%
Total	**65**	

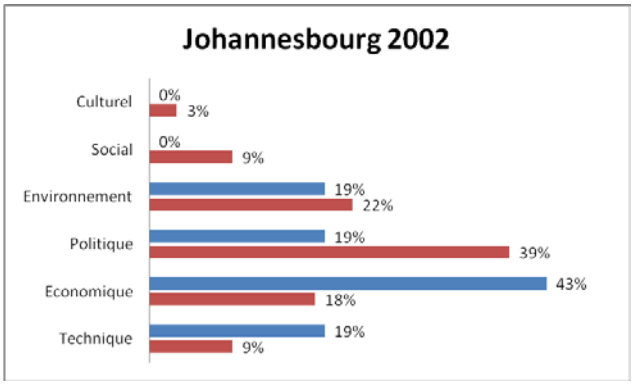




Johannesburg 2002

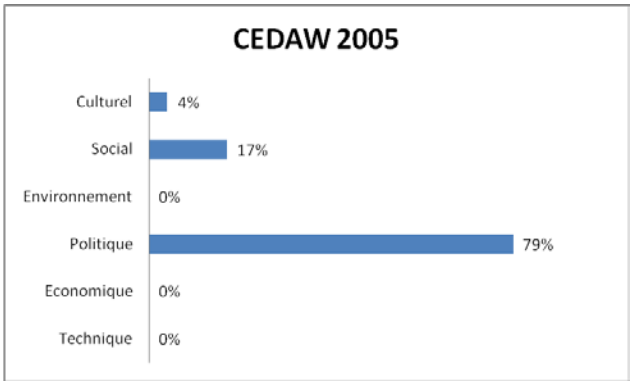
Technique	3	19%
Economique	7	43%
Politique	3	19%
Environnement	3	19%
Social	0	0%
Culturel	0	0%
Total	**16**	

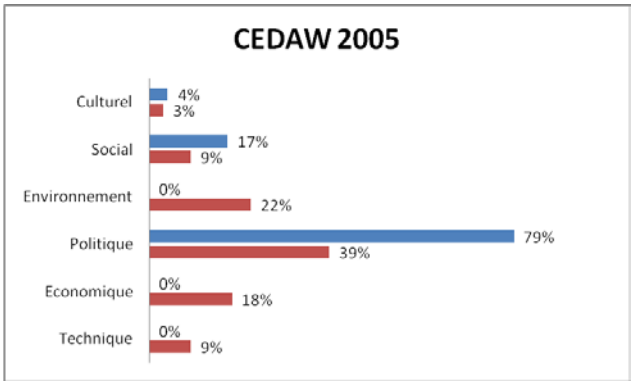




CEDAW +25

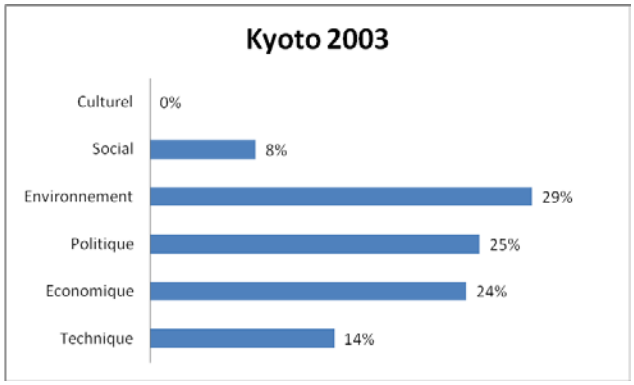
Technique	0	0%
Economique	0	0%
Politique	55	79%
Environnement	0	0%
Social	12	17%
Culturel	3	4%
Total	**70**	

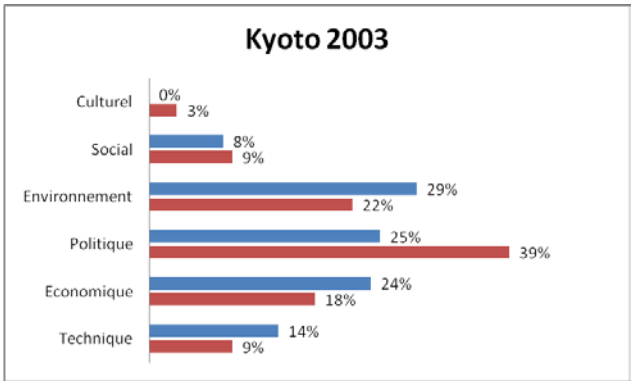




Kyoto 2003

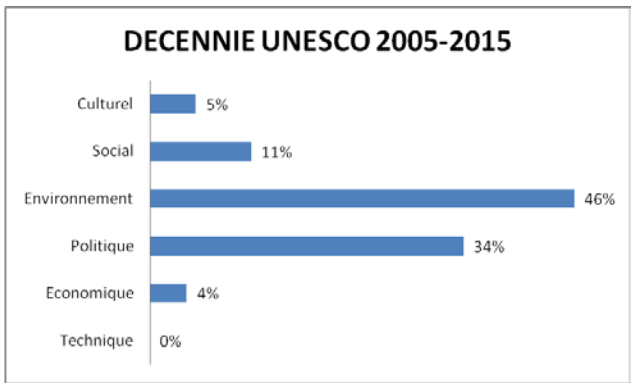
Technique	11	14%
Economique	18	24%
Politique	19	25%
Environnement	22	29%
Social	6	8%
Culturel	0	0%
Total	**76**	

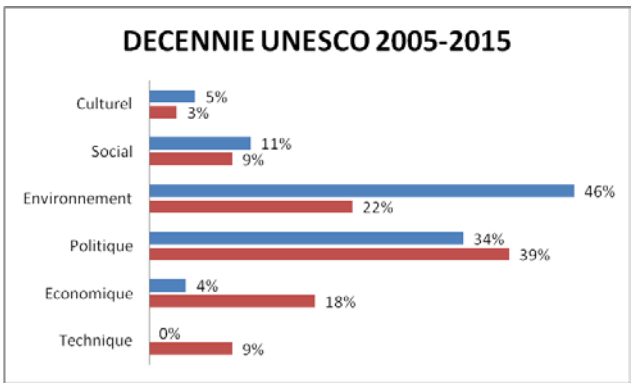




EAU SOURCE DE VIE

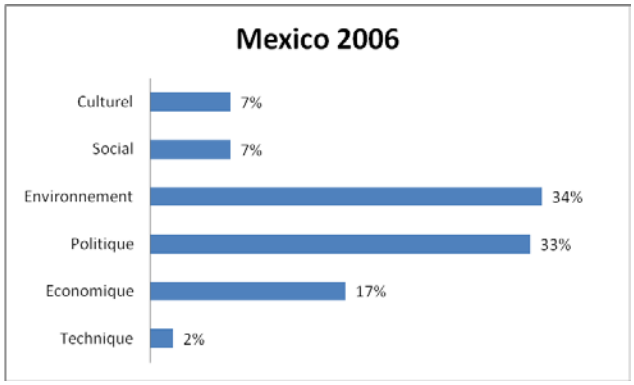
Technique	0	0%
Economique	3	4%
Politique	25	34%
Environnement	34	46%
Social	8	11%
Culturel	4	5%
Total	**74**	

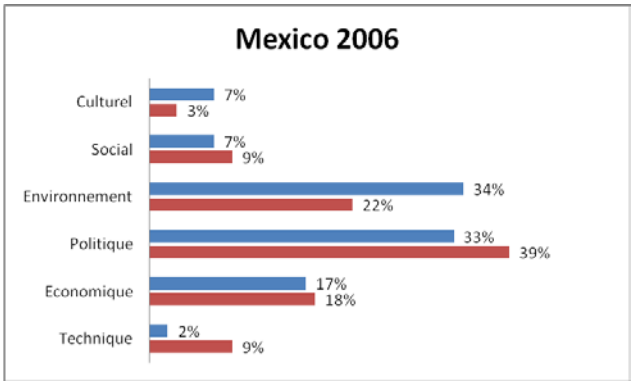




Mexico 2006

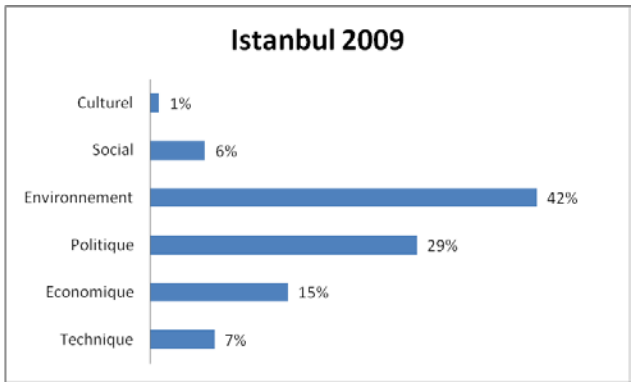
Technique	3	2%
Economique	27	17%
Politique	49	33%
Environnement	50	34%
Social	10	7%
Culturel	10	7%
Total	**149**	

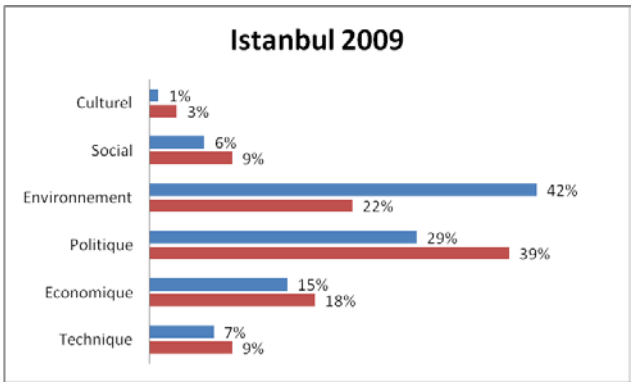




Istanbul 2009

Technique	22	7%
Economique	45	15%
Politique	87	29%
Environnement	123	42%
Social	18	6%
Culturel	2	1%
Total	**297**	





8. UNESCO : ORGANISATION INTERNATIONALE NON GOUVERNEMENTALE

a. Présentation de l'UNESCO

L'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) est née le 16 novembre 1945. Pour cette agence spécialisée des Nations Unies, le plus important n'est pas de construire des salles de classe dans des pays dévastés ou de restaurer des sites du Patrimoine mondial. L'objectif que s'est fixé l'Organisation est vaste et ambitieux : construire la paix dans l'esprit des hommes à travers :

- l'éducation,
- les sciences naturelles,
- les sciences sociales et humaines
- la culture
- la communication et l'information.

Elle travaille également sur des thèmes spéciaux :

Les thèmes d'intégration :

- l'égalité des genres,
- la jeunesse,
- la priorité Afrique,
- les pays les moins avancés,
- la culture de la paix,
- le dialogue.

Les thèmes transversaux :

- l'éducation,
- la communication et l'information,
- la culture.

Les priorités principales :

- l'éducation base pour tous,
- l'eau et les écosystèmes associés,
- éthique des sciences et des technologies,
- la promotion de la diversité culturelle
- l'accès à l'information et au savoir
- la liberté d'expression

En matière d'eau, elle dispose d'un portail dédié à l'eau

« Le Portail de l'eau de l'UNESCO vise à améliorer l'accès à l'information concernant l'eau douce dans le réseau Internet.
Ce site fournit des liens vers les programmes sur l'eau douce coordonnés et menés par l'UNESCO; il est un lieu d'échange et de recherche sur les sites Internet des organisations, des organes gouvernementaux, et des ONG liés à l'eau. Il s'organise autour de plusieurs entrées, notamment des sections de liens et d'événements sur l'eau.
Chaque visiteur peut ajouter ou modifier des éléments, et participer au maintien et à l'enrichissement des données. Tous les professionnels de l'eau sont également invités à participer, en fournissant des informations sur leurs activités, des liens utiles, des actualités, et tout autre contenu qu'il cherchent à diffuser de manière plus large. »

Site Internet :
http://www.unesco.org/water/index_fr.shtml

En matière de genre, elle dispose d'un portail dédié au genre

« La Division pour l'égalité des genres (GE), au sein du Bureau de la planification stratégique (BSP), assure la mise en œuvre du « Plan d'Action Priorité Egalité des Genres », l'une des deux priorités mondiales de l'Organisation pour 2008-2013. Ce travail est soutenu par une double approche associant à la fois des programmes spécifiques au genre et une généralisation de l'analyse selon le genre (« gender mainstreaming ») dans les cinq grands programmes de l'UNESCO (l'éducation, les sciences naturelles, les sciences sociales et humaines, la communication et la culture), les plateformes intersectorielles, ainsi que dans les questions spécifiques telles que la lutte contre le VIH et SIDA et le changement climatique. »

Site Internet :
http://portal.unesco.org/fr/ev.php-URL_ID=3160&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

b. Rapport Observation participante et Mission Rencontre internationale des Chaires UNESCO, Juin 2005

Rencontre internationale des Chaires UNESCO « Femmes, science et technologie » et « Eau, femmes et pouvoir de décisions », Cannes, France, 27-30 juin 2006

1. OBJECTIFS DE LA MISSION

Une Rencontre internationale de Chaires UNESCO s'est tenue à Cannes, du 27 au 30 juin 2006, à l'occasion du 8e Symposium international de l'eau.
Elle avait pour objectif de faire le bilan du fonctionnement de 8 Chaires travaillant à la promotion des femmes en sciences et technologie, de comparer les résultats obtenus et d'étudier les possibilités de créer un Réseau UNITWIN de Chaires UNESCO.

Cette rencontre a réuni les Chaires UNESCO :

- « Femmes, science et technologie » d'Argentine, du Pakistan, du Soudan, d'Egypte et du Burkina Faso ;
- « Eau, femmes et pouvoir de décisions » du Brésil, de Côte d'Ivoire et du Maroc.

L'ouverture du Symposium a été marquée par le discours de M. Georges Haddad DIR/ED/HED qui a présenté les orientations du Programme UNITWIN/Chaires UNESCO en proposant notamment « une nouvelle génération de Chaires » d'avantage partie prenante des programmes et des priorités de l'Organisation, ainsi que l'éventualité d'une création de Fondation destinée à soutenir les projets du Programme.

2. CONTEXTE

Les Chaires UNESCO « Femmes, science et technologie » ont été lancées pour mettre en œuvre les recommandations de la Conférence mondiale sur la science (Budapest, 1999), concernant la place des femmes dans le développement scientifique et technologique (éducation, carrières, politiques scientifiques et réseaux).
Face à l'importance de l'eau et des écosystèmes dans les enjeux internationaux et compte tenu du rôle essentiel des femmes dans la gestion de l'eau, un réseau informel « Eau, femmes et pouvoir de décisions » a été constitué à Cannes en 2003, lors du 5e Symposium de l'eau. En 2006, trois Chaires UNESCO « Eau, femmes et pouvoir de décision » on été créées au Brésil, au Maroc et en Côte d'Ivoire.
En 2006, les Chaires UNESCO des deux courants représentés se sont réunies à Cannes, dans le but de lancer un réseau UNITWIN de Chaires UNESCO.

3. ORGANISATEURS ET PARTICIPANTS

La rencontre était organisée par l'UNESCO (SC/BES), en liaison avec le 8ème Symposium sur l'eau de Cannes.
Elle a regroupé (voir le programme en annexe1) les représentantes des Chaires (voir liste des participantes annexe 2) ainsi qu'une partie du public du Symposium de l'eau. Une séance a été consacrée aux échanges entre les Chaires UNESCO et le Rotary International.

4. PRINCIPAUX RESULTATS

Constat d'une convergence de vue et d'action entre les différentes Chaires représentées et identification de deux pôles de recherche et d'activités :

- Mise en œuvre d'un programme de recherche et de formation sur la science et la technologie, à partir de la perspective genre ;
- Formation des femmes et des filles à la gestion durable des ressources (notamment en eau) dans une approche participative, par le biais des sciences et des technologies.

Décision de créer un Réseau « Femmes, science, technologie et développement » et définition d'une stratégie commune aux 8 Chaires de ce Réseau pour 2006-2007 :

1. Poursuivre le développement individuel des Chaires, notamment des trois sur l'eau nouvellement crées, par la mise en œuvre d'activités réalistes et concrètes, la recherche d'un financement au plan national et international, le renforcement des appuis institutionnels ;
2. Encourager la collaboration des Chaires sur des projets communs en privilégiant l'approche régionale ;
3. Mettre en place un secrétariat minimal destiné à aider les Chaires dans deux domaines essentiels: la communication et la recherche de financement ;
4. Organiser la prochaine réunion du Réseau sur l'un des sites des Chaires, Propositions : au Togo (composante de la Chaire du Burkina Faso) ou au Pakistan.

- Analyse des difficultés rencontrées par les Chaires pour obtenir un financement durable, notamment le manque total d'appui financier de l'UNESCO depuis 2005 pour l'installation des Chaires et pour certaines de leurs activités.
  Il est à remarquer que, face aux difficultés rencontrées, les Chaires ont souligné la lenteur dans le démarrage des activités et exprimé une forte demande concernant un resserrement des liens, financiers mais aussi institutionnels, entre elles et l'UNESCO.

- Décision prise de chercher à nouer un partenariat avec le Secteur privé (Rotary International, au plan local et Lyonnaise des Eaux, au plan du Réseau).

En conclusion :
La constitution d'un Réseau UNITWIN à partir de 8 Chaires UNESCO travaillant sur des thèmes voisins, correspond aux nouvelles orientations proposées par :

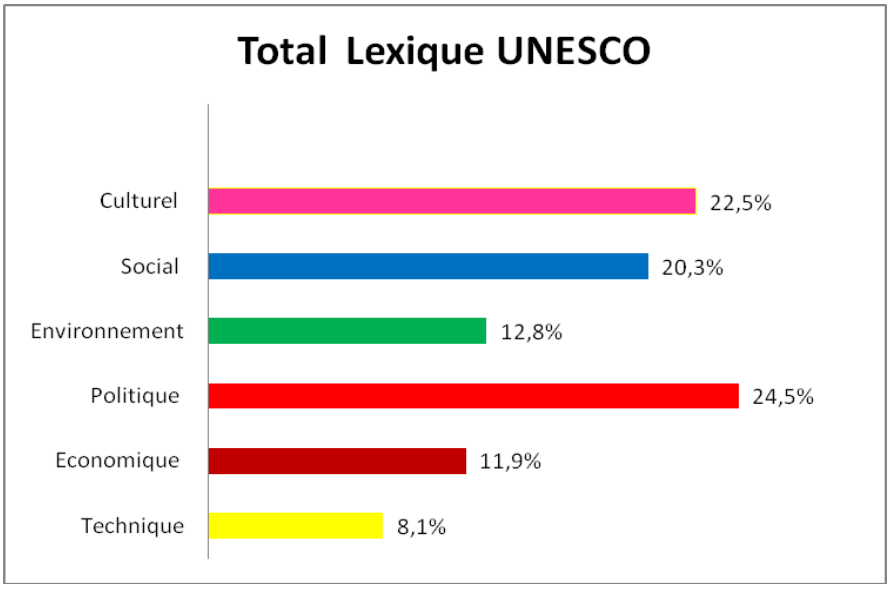
- La Division de l'enseignement supérieur dans ses récentes publications, notamment : i) *Programmes UNITWIN/Chaires UNESCO : directives et modalités de participation* ii) *Stategy for higher education development through academic solidarity and networking*.
- Le Secteur des sciences par son document : *Stategy for re-enforced partnership with UNESCO Chair in the field of the Natural Sciences*

La mise en œuvre de cette stratégie réclame un minimum de moyens, notamment pour les pays en développement, par exemple une mise de fonds.
Un soutien financier minimal était fourni jusqu'en 2005 par le Secteur des Sciences (SC/AP) sous forme d'une allocation de 10,000 US$ pour l'installation de chacune des nouvelles Chaires et de contrats avec certaines d'entre elles pour mettre en oeuvre des activités du Programme (ex E-Learning Programme avec la Chaire d'Argentine). Ce soutien ne peut plus être assuré par le Secteur, faute d'un budget suffisant.

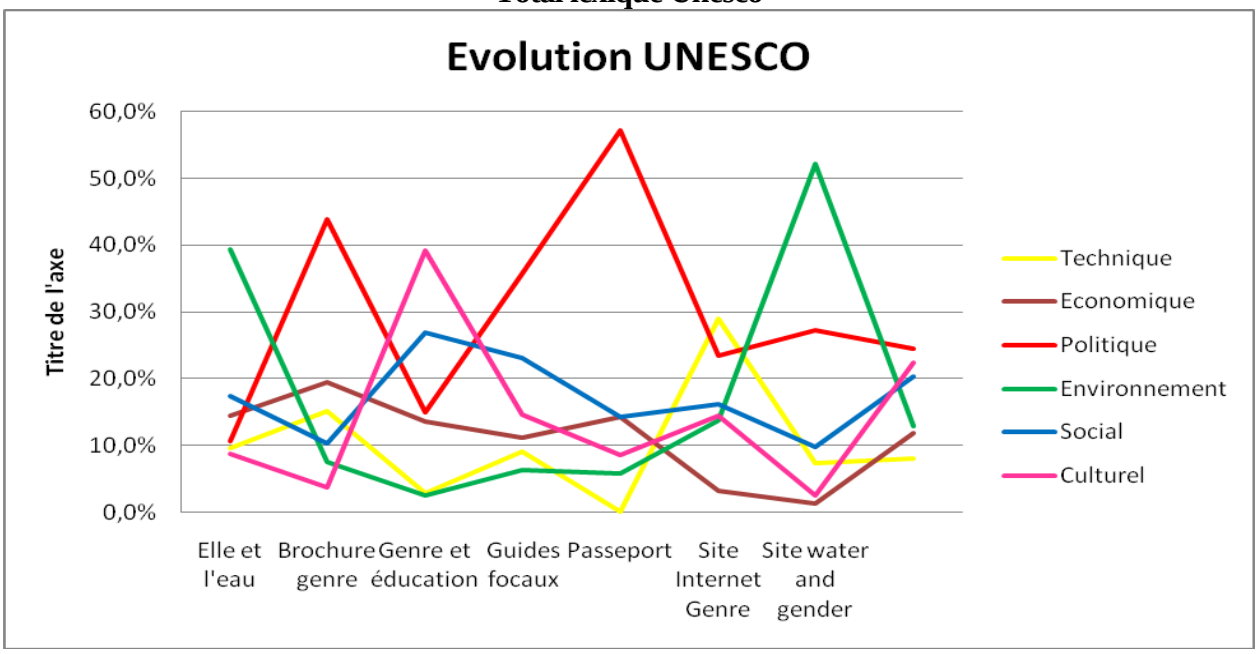
Cette rencontre des Chaires UNESCO a souligné le besoin d'une coopération entre la Division de l'Enseignement supérieur ED/HED et le Secteur des Sciences, en liaison avec les Bureaux Hors Siège, pour établir une stratégie de soutien aux activités du programme UNITWIN/Chaires UNESCO. Plusieurs propositions pourraient être faites :

- L'attribution d'un financement spécifique aux Chaires par le budget ordinaire du Secteur,
- Un support des Bureaux Hors Siège concernés par les activités des Chaires
- L'organisation par ED/HED de rencontres des Chaires UNESCIO travaillant sur des thèmes communs, dans le but de renforcer les Réseaux.

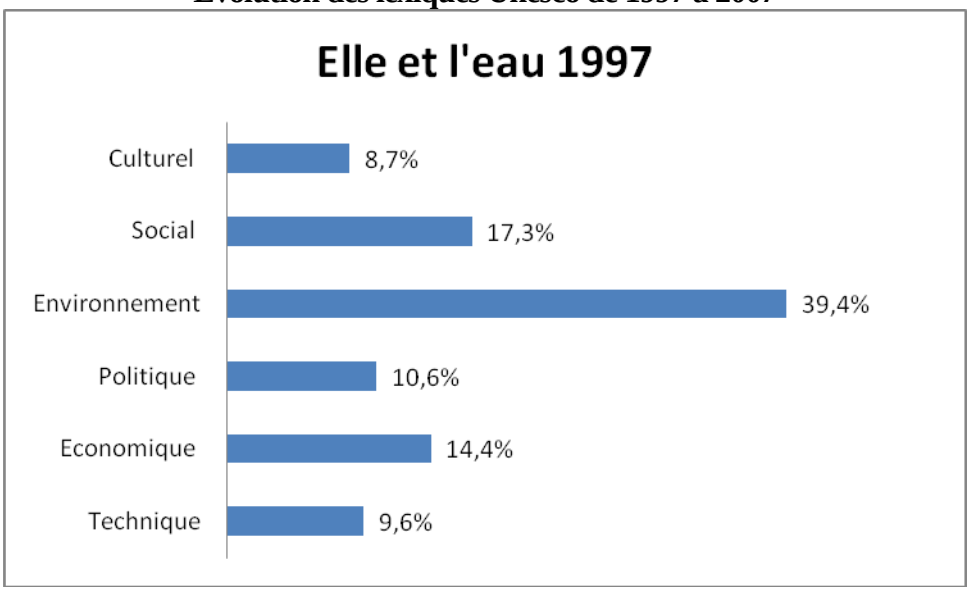
b. Résultats analyse quantitative



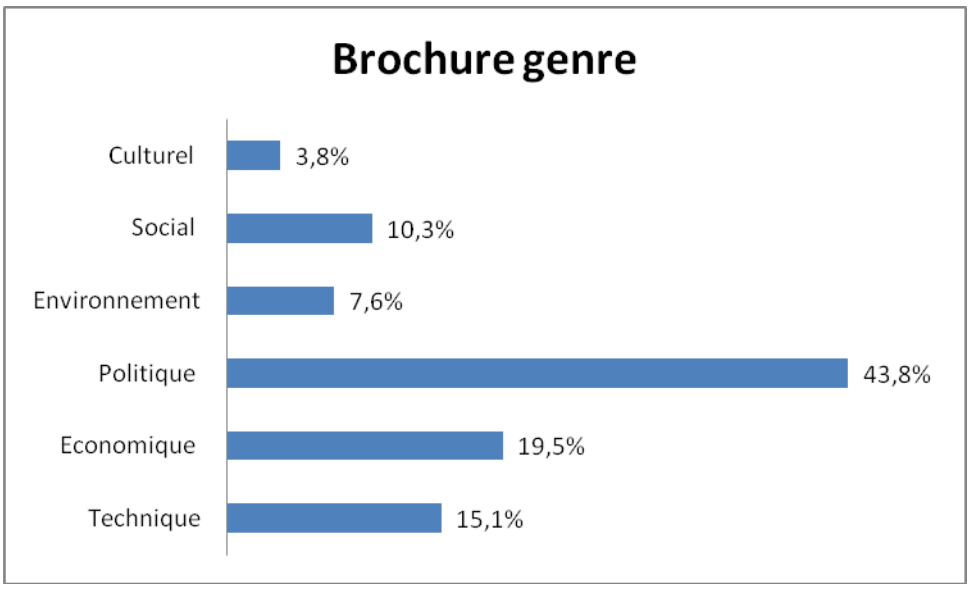
Total lexique Unesco



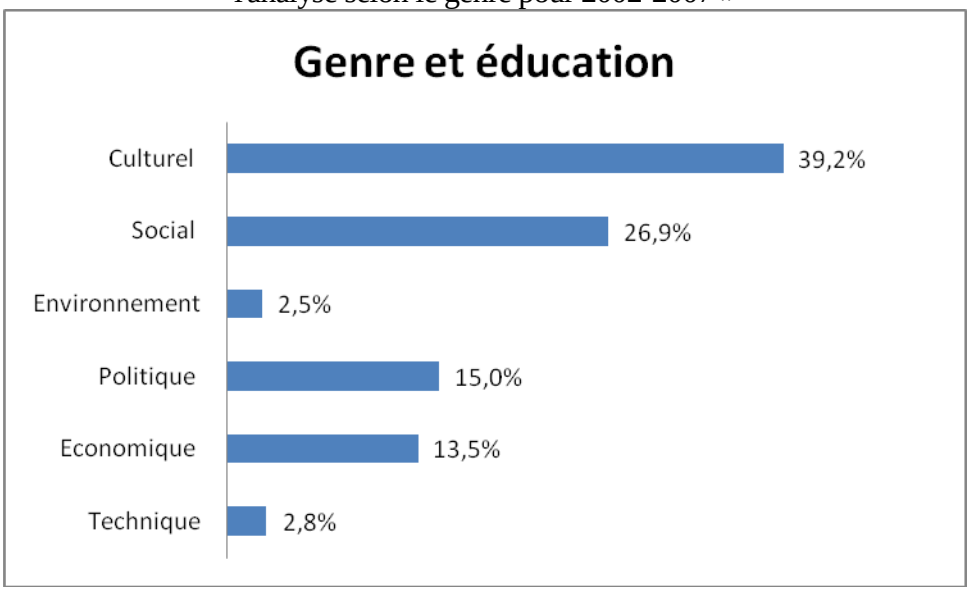
Evolution des lexiques Unesco de 1997 à 2007



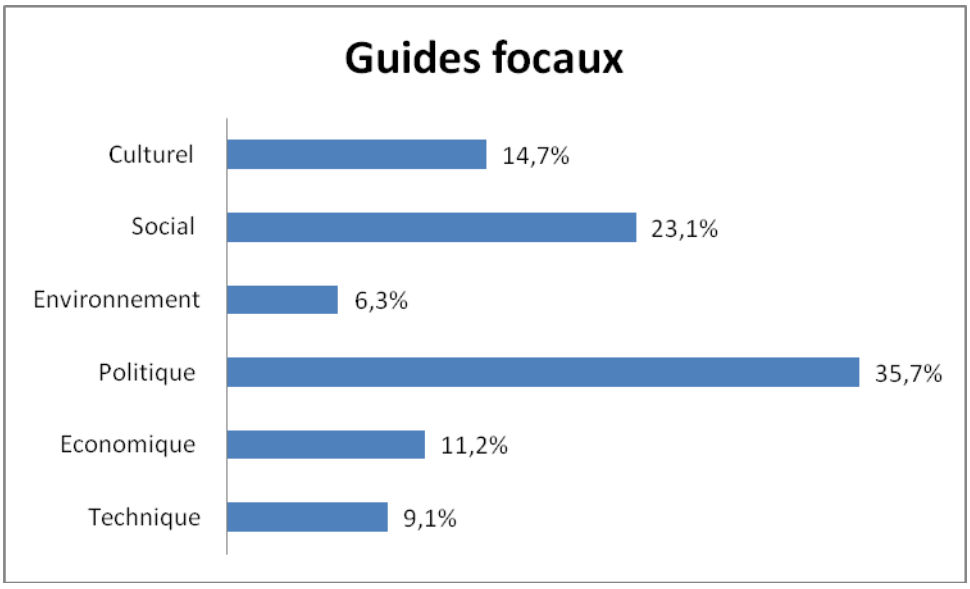
Actes : « Elles et l'eau », 1996



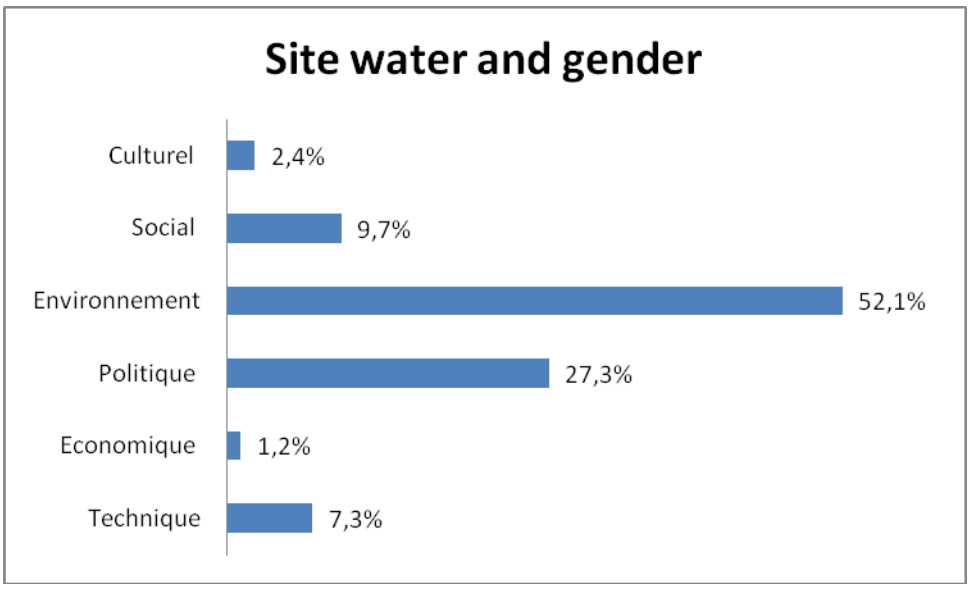
Brochure : « Cadre de mise en oeuvre de la stratégie de l'UNESCO en matière de généralisation de l'analyse selon le genre pour 2002-2007 »



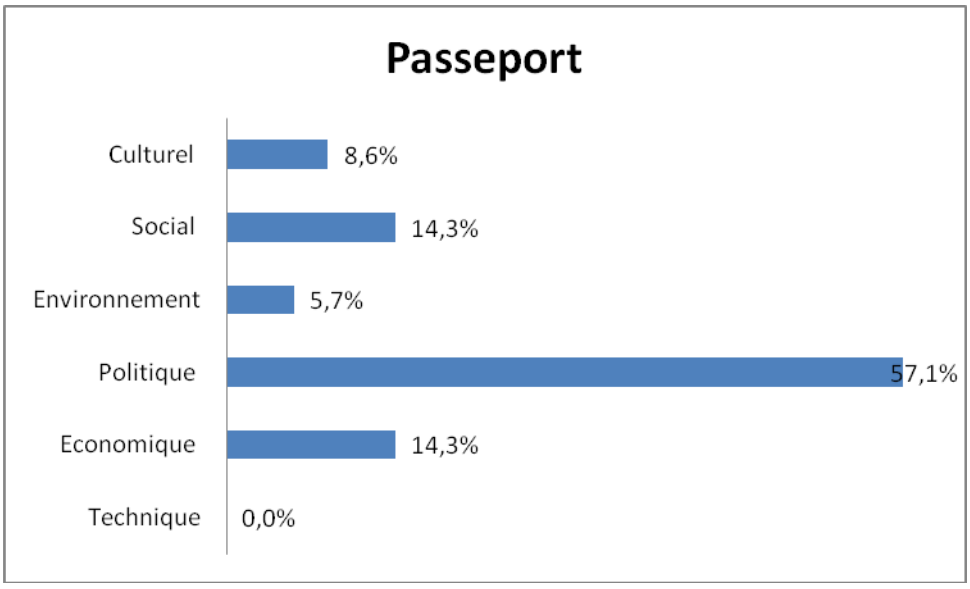
Rapport : « Genre et éducation pour tous, le pari de l'égalité », 2003



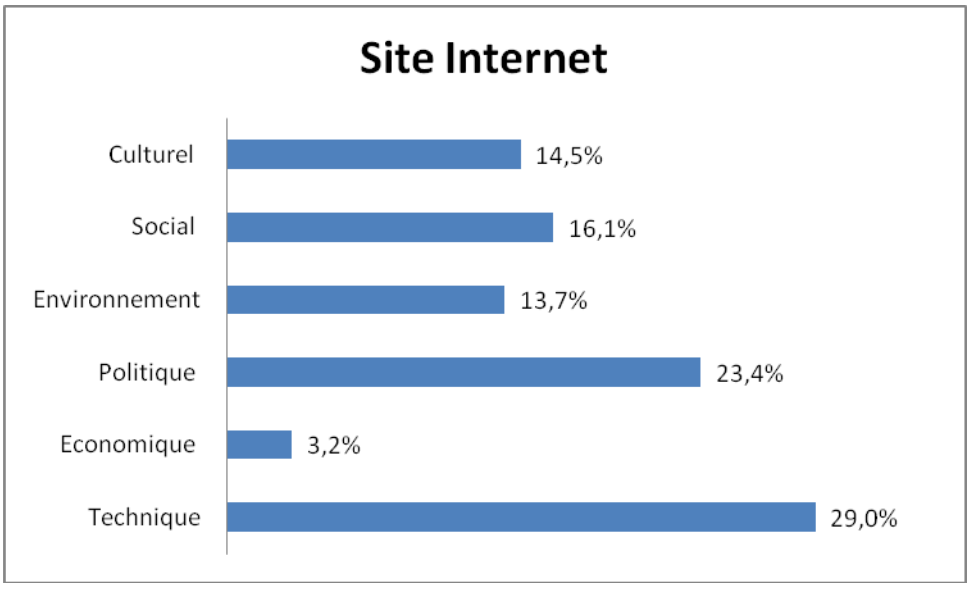
Brochure : « Guide des Points focaux pour l'égalité des genres des Commissions nationales pour l'UNESCO », 2006



Site Internet Eau et Femmes : http://www.unesco.org/water/ihp/women_and_water.shtml



Brochure : « Passeport pour l'égalité », 2006



Site Internet : Portail Genre de l'UNESCO

9. ONEP ET EAU DE PARIS : PRODUCTEURS ET DISTRIBUTEURS PUBLICS DE L'EAU

a. Présentation de L'ONEP

L'organisme dépend du Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement `qui supervise les différents acteurs liés aux questions de l'eau tels que le Ministère de l'Agriculture, le Ministère de la Santé, le Ministère de l'Energie, etc. L'ONEP axe ses politiques en fonction des orientations données par le Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat.

> « Aujourd'hui, l'Office s'est fixé une nouvelle stratégie visant la généralisation de l'accès à l'eau potable à l'ensemble de ses citoyens et l'intervention dans le secteur de l'assainissement liquide dans une vision globale et intégrée du cycle de l'eau. Cette nouvelle stratégie qui s'inspire des orientations de S.M. le Roi Mohammed VI, confirmée dans son discours d'ouverture de la 9ème session du Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat à Agadir le 21 juin 2001. »[8]

Cette volonté de s'aligner est d'autant plus affirmée que l'ONEP est au moment charnière de la renégociation d'un contrat programme pour 2005-2008 et 2008-2011. Ces contrats programmes sont essentiels pour l'Office qui y gagne de la visibilité en soulignant son implication et celle des pouvoirs publics pour résoudre le défi de l'eau. C'est aussi un moyen de crédibiliser son action auprès de ses bailleurs de fonds, de ses partenaires internationaux et du grand public. L'ONEP a déjà contracté quatre programmes avec l'Etat entre 1987 et 2004. Signés pour une durée de 4 à 8 ans, ces contrats définissent des objectifs précis à remplir par l'Office dans une mission de service public.

En 2004, le bilan pour l'ONEP est positif avec la réalisation des objectifs fixés en matière de taux de branchement en milieu urbain (90%), rendement de la production et de la distribution (97% et 73%), d'accès à l'eau potable des douars (1 464 000 habitants concernés) et d'assainissement (22 centres, 950 000 habitants). En matière d'investissements, l'Office accuse d'un retard au niveau de l'investissement dans le secteur de l'accès à l'eau potable et de l'assainissement. Les nouveaux objectifs pour 2008 seraient notamment, l'augmentation de l'accès à l'eau potable en milieux ruraux (atteindre 90%, aujourd'hui, il atteint 60%) et dans l'assainissement avec une intervention dans 83 centres pour une population touchée de 3,7 millions d'habitants.

L'ONEP est le premier producteur d'eau potable au Maroc (80% de la production nationale) et le premier distributeur d'eau (942 000 abonnés sur 381 localités). L'Office assure la distribution de l'eau pour 329 villes et centres régionaux fournissant 5,6 millions d'habitants. Depuis 2000, l'ONEP est responsable de l'assainissement liquide avec un objectif de couverture de 400 centres en 2015 (l'objectif en 2004 était de 20 communes). Il a lancé plusieurs études d'exécution et des travaux d'assainissement dont 8 STEP et 580 Kms de réseau. En 2004, l'ONEP intervient dans 22 centres comportant 950 000 habitants.

L'ONEP compte 6 750 employés. Depuis 2002, les effectifs sont en progression régulière enregistrant une croissance de 1,2% en moyenne. Ces embauches veulent répondre aux besoins de gérance générés par la prise en charge de centres supplémentaires (30 en 2004), la mise en service de nouvelles installations ou la demande liée aux exigences de l'assainissement. L'entreprise compte 960 cadres dont 176 femmes soit 18% des effectifs.

A noter la Direction de la Coopération qui gère les partenariats internationaux et nationaux avec par exemple le PNUD, la BID, la BAD, etc. La Direction de la Coopération concentre ses efforts pour développer des partenariats hors Maroc afin de s'affirmer en tant qu'organisme qualifié et reconnu. L'Office s'assure une visibilité plus large dans une dynamique de développement du Maroc.

[8] Plaquette institutionnelle, « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », dans Notre stratégie.

L'ONEP souhaite souligner la cohérence de sa politique et les objectifs visés. La mise en évidence de la stratégie veut signifier l'importance accordée à la réalisation des impératifs donnés par l'Etat et l'implication de l'entreprise pour ce faire. Cette valorisation de la planification relève de la responsabilisation et de la maturité acquise par l'ONEP en tant qu'Office National, acteur financièrement indépendant, du monde de l'eau au Maroc. L'ambivalence de son statut oblige l'ONEP à s'intégrer au registre de la communication publique tout en séduisant des acteurs comme les partenaires institutionnels et internationaux, le grand public.

La question de l'eau au Maroc est un des défis essentiels à relever par le Maroc contemporain. Intégré aux objectifs du Nouveau Millénaire, l'accès à l'eau potable par tous doit significativement augmenter d'ici 2015. Il s'agit de permettre un accès à l'eau potable pour tous (atteindre 90% en milieux urbains et ruraux) ; d'assurer la protection des terres, de l'eau et de la biodiversité et d'augmenter la proportion de la population ayant accès à un système d'assainissement.

L'ONEP se trouve face à des exigences de résultats et de justifications de ses démarches pour atteindre les objectifs fixés. L'enjeu est double pour l'Office, satisfaire et préserver. La question même du développement durable n'est pourtant pas intégrée au discours de l'ONEP. Les ambitions de l'ONEP sont d'assurer l'accès généralisé à l'eau. Le concept de durabilité surgit alors dans les impératifs de pérennisation des installations et d'entretien des structures construites ou en cours de réalisation et si elle veut intervenir pour l'ensemble de ses citoyens « dans une vision globale et intégrée du cycle de l'eau »[9]. La stratégie dépend principalement d'un objectif de service public et d'avancement pour l'intérêt général afin de se mettre en adéquation avec les attentes de la communauté internationale.

Dans l'ensemble des publications et documentations récentes de l'ONEP, la mention des objectifs stratégiques et de la mission à remplir rappelle à la fois le contrat programme de l'Office et les objectifs la communauté internationale. Dans ce cadre, l'ONEP développe l'argumentaire d'une entreprise de service public dotée d'une personnalité juridique et des moyens de fonctionnement tendant à ceux de l'entreprise privée. L'ONEP poursuit une évolution vers le privé (développement d'activité de marketing, d'outils de communication, de recherche et développement), son discours se mue en celui d'une entreprise visible qui doit justifier ses choix par d'autres moyens que celui de répondre aux besoins d'intérêt général. Le discours de communication de l'ONEP est néanmoins celui d'une entreprise de service public. Elle axe ses communications autour de trois missions clés à remplir avant la prochaine échéance (2008).

Son premier objectif est celui de l'intérêt général en conformité aux attentes du gouvernement et du Royaume du Maroc, de la communauté internationale et du grand public. Elle correspond à une communication publique et une communication des institutions publiques à définir sa légitimité et son action en fonction de l'intérêt général. L'ONEP agit au « nom du peuple marocain » dans un but de faire respecter l'accès à une eau potable en quantité suffisante et en qualité satisfaisante en tant que « droit pour tous ». Cette mission attend des résultats chiffrés, suppose des budgets et une planification des investissements.

Son deuxième objectif est celui de renforcer et promouvoir une « culture d'entreprise » afin d'affirmer la personnalité de l'Office. Créé en 1972, doué d'une histoire et d'une mission, l'ONEP est aujourd'hui, une structure de 6 750 employés répartis sur tout le Royaume du Maroc. Pour garantir la cohésion du groupe,

[9] Plaquette institutionnelle, « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », dans Notre stratégie.

il semble que le développement d'une culture ONEP se renforce avec les outils modernes tels que l'intranet, des bulletins d'information interne, etc.

Son troisième objectif vise l'information au grand public. L'ONEP jouit d'une forte personnalité en tant qu'acteur essentiel de l'eau au Maroc. Il est connu et reconnu nationalement et à l'international. En tant qu'entreprise clé, l'ONEP peut s'affirmer et toucher le public par ses campagnes de communication sur l'eau. L'Office finance plusieurs opérations de sensibilisation du public urbain et rural en ajustant ses messages à ses cibles par des visites sur place (unité mobile). En tant qu'office national, la communication de l'ONEP semble répondre à une activité de promotion où est fourni un véritable effort de promotion et de présentation du service public au profit de l'information et de l'action.

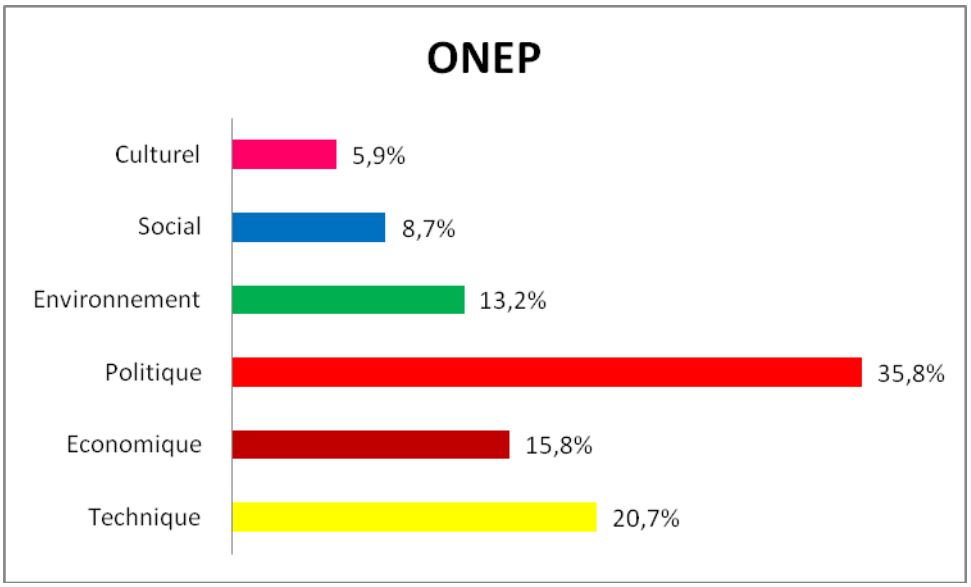
Sur les axes stratégiques fixés par l'ONEP, la mission de Service Public est un élément clé de la cohésion du groupe comme souligné dans l'éditorial d'Ali Fassi Fihri, le Directeur Général de l'ONEP. Forme classique du dialogue entre salariés et direction, cet écrit est un exercice du genre caractérisé par la reprise des éléments traditionnels du discours d'un manager qui s'adresse à son encadrement en priorité et à ses employés en général. Les termes de « mission », « vision », « objectifs », « projet » accompagnés d'une alternance « je », « nous » et « vous » mettent en avant la vision de groupe comme partie intégrante du projet commun et de la demande de résultats des clients.

Le discours joue ainsi sur les deux registres du projet commun et de l'échéance exigeant des chiffres, des résultats et un investissement de chacun des salariés.

De ce texte ressort l'image d'un leader visionnaire et gestionnaire face à un lecteur impliqué, responsable, intégré au processus. Son but correspond à la fonction de production de symbolique identifié par H. Mintzberg où le texte du Directeur offre une vision large et du futur (« la voie du progrès » « notre vision d'avenir »), partage l'information (deux paragraphes de chiffres avec une volonté de transparence sur les décisions prises et les contrats signés – répétition du mot « enveloppe de x DH ») et contrôle la gestion du temps (« l'année 2005 sera marquée par la poursuite » « le contrat programme 2000-2004 montre que nous avons largement dépassé les objectifs fixés »).

En tant que telle, la communication ONEP repose sur des acquis historiques nés de l'histoire même de l'organisation et du statut de l'ONEP au sein de la société marocaine, et utilise les outils traditionnels au service de la cohésion de groupe (discours d'un leader charismatique et bienveillant qui se veut ouvert selon les principes dumanagement participatif). La culture ONEP n'est pas basée sur des outils de communication traditionnels comme où logo, devise, identité et valeurs. L'ONEP n'utilise pas ces ingrédients caractéristiques des grands groupes par absence de besoin réel de nouveaux éléments fédérateurs autour de la mission et des objectifs communs. Le respect de la hiérarchie imprégnée dans la culture marocaine et la conviction manifestée des salariés semblent suffire au fonctionnement de l'entreprise.

b. Résultats quantitatifs



c. Rapport de stage – Septembre 2005

Sommaire

1. ONEP : du public au privé
2. Les formations en Eau au Maroc
3. Eau, Femmes et Développement Durable au Maroc
4. Corpus et Bibliographie
5. Annexes

CH. 1 ONEP : du public au privé

Présentation de l'ONEP : Le Premier Producteur du Maroc

Créé en 1972, l'Office National de l'Eau Potable est un établissement public à caractère industriel et commercial doté de la personnalité civile et de l'autonomie financière. L'Office dépend du Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement qui supervise les différents acteurs liés aux questions de l'eau tels que le Ministère de l'Agriculture, le Ministère de la Santé, le Ministère de l'Energie, etc. L'ONEP axe de fait, ses politiques en fonction des orientations données par le Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat. « Aujourd'hui, l'Office s'est fixé une nouvelle stratégie visant la généralisation de l'accès à l'eau potable à l'ensemble de ses citoyens et l'intervention dans le secteur de l'assainissement liquide dans une vision globale et intégrée du cycle de l'eau. Cette nouvelle stratégie qui s'inspire des orientations de S.M. le Roi Mohammed VI, confirmée dans son discours d'ouverture de la 9ème session du Conseil Supérieur de l'Eau et du Climat à Agadir le 21 juin 2001»[10]

Cette volonté de s'aligner est d'autant plus affirmée que l'ONEP est au moment charnière de la renégociation d'un contrat programme pour 2005-2008. Ces contrats programmes sont essentiels pour l'Office qui y gagne de la visibilité en soulignant son implication et celle des pouvoirs publics pour résoudre le défi de l'eau. C'est aussi un moyen de crédibiliser son action auprès de ses bailleurs de fonds, de ses partenaires internationaux et du Grand Public. L'ONEP a déjà contracté quatre programmes avec l'Etat entre 1987 et 2004. Signés pour une durée de 4 à 8 ans, ces contrats définissent des objectifs précis à remplir par l'Office dans une mission de service public dont le but est de répondre à des besoins de l'intérêt général.

En 2004, le bilan pour l'ONEP est positif avec la réalisation des objectifs fixés en matière de taux de branchement en milieu urbain (90%), rendement de la production et de la distribution (97% et 73%), d'accès à l'eau potable des douars (1 464 000 habitants concernés) et d'assainissement (22 centres, 950 000 habitants). En matière d'investissements, l'Office accuse d'un retard au niveau de l'investissement dans le secteur de l'accès à l'eau potable et de l'assainissement. Les nouveaux objectifs pour 2008 seraient notamment, l'augmentation de l'accès à l'eau potable en milieux ruraux (atteindre 90%, aujourd'hui, il

[10] Plaquette institutionnelle, « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », dans Notre stratégie.

atteint 60%) et dans l'assainissement avec une intervention dans 83 centres pour une population touchée de 3,7 millions d'habitants.
De fait, en 2004, l'ONEP est le premier producteur d'eau potable au Maroc (80% de la production nationale) et le premier distributeur d'eau (942 000 abonnés sur 381 localités). L'Office assure la distribution de l'eau pour 329 villes et centres régionaux fournissant 5,6 millions d'habitants. Son bilan financier est positif avec un chiffre d'affaires en augmentation nette de 2,6% passant à 2,75 milliards de dirhams malgré l'augmentation de son taux d'endettement de 2%. L'ONEP a beaucoup investi en 2004 pour assurer le maintien et la performance de son réseau avec des dépenses égales à 1 613 millions de DH en adduction, extension réseau ou la prise en charge de nouveaux centres.
Depuis 2000, l'ONEP est responsable de l'assainissement liquide avec un objectif de couverture de 400 centres en 2015 (l'objectif en 2004 était de 20 communes). Il a lancé plusieurs études d'exécution et des travaux d'assainissement dont 8 STEP et 580 kms de réseau. En 2004, l'ONEP intervient dans 22 centres comportant 950 000 habitants.

Les Hommes et les Femmes de l'ONEP
L'ONEP compte 6 750 employés. Depuis 2002, les effectifs sont en progression régulière enregistrant une croissance de 1,2% en moyenne. Ces embauches veulent répondre aux besoins de gérance générés par la prise en charge de centres supplémentaires (30 en 2004), la mise en service de nouvelles installations ou la demande liée aux exigences de l'assainissement. L'entreprise compte 960 cadres dont 176 femmes soit 18% des effectifs.
L'entreprise est divisée en une direction générale qui gère les « fonctions » traditionnelles d'un organisme à l'activité liée à l'eau et neuf directions régionales dotées de leur système d'organisation indépendant. Sur le principe de décentralisation, l'ONEP, dans ses messages, met en avant une certaine nouveauté de son organisation : « pour mettre en œuvre cette stratégie, l'ONEP s'est doté d'une organisation moderne, décentralisée et adaptée aux contextes local et régional qui privilégie une approche tournée vers le client »[11].
Cette phrase implique le changement par rapport à un état précédent qui semble avoir fait l'objet de critiques à l'encontre de l'Office et auxquelles il répond par la réorganisation interne. Aujourd'hui, l'ONEP est divisé en trois pôles :
- le pôle ressources (Centre de formation, approvisionnement)
- le pôle industriel (contrôle de la qualité d'eau, marketing, etc.)
- le pôle développement (Assainissement Eau Potable, DPS, etc.)

La Direction de la Communication et de la Coopération dépend directement de la Direction Générale. Elle est divisée en deux sections, la Direction de la Communication et la Direction de la Coopération. La Direction de la Communication gère les relations Presse, la communication interne, l'intégration des nouvelles technologies dans l'entreprise et la sensibilisation du Grand Public. La Direction de la Coopération gère les partenariats internationaux et nationaux avec par exemple le PNUD, la BID, la BAD, etc. La Direction de la Coopération concentre les efforts de l'ONEP pour développer son activité et ses partenariats hors Maroc afin de s'affirmer en tant qu'organisme qualifié et reconnu. L'Office s'assure une visibilité plus large qui veut faire surgir l'entreprise sur la scène internationale comme organisme indépendant au service d'une mission d'intérêt général à un moment clé où les efforts de développement du Maroc sont largement commentés et densément analysés (en tant que Royaume, pays en développement et pays islamique).
L'ONEP est doté d'un Centre de Formation aux Techniques de l'Eau, le CFTE, reconnu au niveau national et objets de nombreux partenariats internationaux facilitant la formation de stagiaires étrangers. (Se reporter au chapitre sur les formations en eau au Maroc).

Le Facteur Eau à l'ONEP : plongée dans les Laboratoires[12]
La qualité de l'eau à l'ONEP est contrôlée par 46 laboratoires régionaux et un laboratoire central. Ce dernier a été crée en 1968 dans le but d'assurer la surveillance de la qualité des eaux distribuées, d'études pour les projets d'assainissement, le développement de l'accès à l'eau potable, le contrôle de la pollution et pour une prestation d'assistance technique aux tiers.
En 2004, le volume annuel des analyses a progressé de 5% représentant 2.728.736 analyses réalisées. Sur les 18.869 analyses bactériologiques, un seul cas positif de pollution a été détecté soit 0,005% de cas non satisfaisants, une propension en baisse depuis 2000.

[11] Plaquette institutionnelle, « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », dans Notre stratégie.
[12] Plaquette institutionnelle, « Contrôle de la qualité des eaux », feuillet de présentation. Visite du Laboratoire Central, septembre 2005.

Les opérations d'enquêtes, de diagnostic, de prélèvement d'essais et d'analyses à partir de 300 méthodes analytiques. Au siège, au cours de ma visite du laboratoire central, j'ai pu mieux comprendre deux grands types d'analyse, les analyses bactériologiques et les analyses physico-chimiques.
La bactériologie a pour but de détecter les bactéries dans l'eau à des points clé de la production et distribution de l'eau. Sont examinées les eaux usées, l'eau propre et l'eau pure selon le processus suivant :

1. Création environnement pour croissance de la bactérie.
2. Utilisation de membrane filtrante / par tube
3. Mise à température – Fermentation – Incubateur
4. Analyse des résultats.

Les analyses physico-chimiques détectent les composants présents dans l'eau et vérifient si le niveau est tolérable ou non. Sur une batterie d'échantillons tests, la présence de métaux (potassium – sodium – mercure – zinc – bronze) ou de minéraux (magnésium – chlore- potassium) est analysée à partir de différentes techniques comme le procédé par absorption de la lumière, l'émission d'argon (dite ionisation) pour les métaux, l'analyse de la turbinité ou de la conductivité pour les minéraux, la méthode de flux pour tracer l'ammonium, l'azote, le phosphate, le nitrate, le silicate, etc.
Les autres types d'analyses sont de types biologiques ou encore, des recherches sur l'étude de l'influence du contexte hydrogéologique et des conditions d'exploitation sur les teneurs en Fer et en Manganèse dans les captages d'eaux souterraines. Diverses expérimentations sont menées pour améliorer le traitement des eaux pluviales, etc.
En 2004, un audit du Laboratoire central du Ministère de l'Environnement du Québec et le Ministère de l'Industrie, du Commerce et de Mise à niveau de l'Economie a permis de mettre en évidence les efforts fournis par l'ONEP dans son processus de certification et normalisation. La Direction Contrôle de la Qualité des Eaux a reçu leur accréditation selon le référentiel ISO 25 relatif aux analyses microbiologiques et physico-chimiques des eaux. Le renouvellement de l'accréditation du Laboratoire Central ISO 17025 est en cours.
Cette surveillance stricte et rigoureuse de la potabilité et de la qualité de l'eau est un élément essentiel au processus de production et de distribution de l'eau à la fois pour l'image de la société que pour les enjeux sanitaires liés à l'activité de la distribution de l'eau.
Pour mieux répondre aux objectifs de 2008, la stratégie du département de l'analyse de la qualité veut développer le contrôle de la qualité en milieu rural, la recherche et le développement par la création d'une entité indépendante et centralisatrice des recherches effectuées au sein de l'ONEP, poursuivre les démarches de normalisation et de certification, augmenter le nombre de participation de l'ONEP à différentes manifestations scientifiques nationales et internationales, établir des procédures en matière d'échantillonnage, d'analyse et de surveillance de la qualité des eaux, publier régulièrement un état de la qualité des ressources en eaux utilisées pour l'AEP.

Missions et stratégie
L'ONEP fait un effort de présentation, dans chacun de ses supports, de discours ou par l'intermédiaire de ses employés, pour souligner la cohérence de sa politique et les objectifs visés. La mise en évidence de la stratégie veut signifier l'importance accordée à la réalisation des impératifs donnés par l'Etat et l'implication de l'entreprise pour ce faire. Cette valorisation de la planification relève de la responsabilisation et de la maturité acquises par l'ONEP en tant qu'Office National, acteur financièrement indépendant, du monde de l'Eau au Maroc. L'ambivalence de son statut oblige l'ONEP à s'intégrer au registre de la communication publique tout en séduisant des acteurs autres (partenaires institutionnels et internationaux, le Grand Public) dans un contexte de visibilité accentuée des acteurs de l'eau.
La question de l'eau au Maroc est un des défis essentiels à relever par le Maroc contemporain. Intégré aux objectifs du Nouveau Millénaire, l'accès à l'eau potable par tous doit significativement augmenter d'ici 2015. L'eau, partie intégrante des objectifs de développement durable et de protection des ressources environnementales, est l'objet d'une triple attention dans le discours promu par les pouvoirs publics et les acteurs impliqués :

- permettre un accès à l'eau potable pour tous (atteindre 90% en milieux urbains et ruraux) ;
- assurer la protection des terres, de l'eau et de la biodiversité ;
- augmenter la proportion de la population ayant accès à un système d'assainissement.

Cette démarche implique pour les acteurs concernés, de certifier de la validité de leur action à la fois au moment de leur mise en application et dans le futur.
L'ONEP se trouve face à des exigences de résultats et de justifications de ses démarches pour atteindre les objectifs fixés. L'enjeu est double pour l'Office, satisfaire et préserver. La question même du développement durable n'est pourtant pas intégrée au discours de l'ONEP dans l'état actuel des supports de communication

existants. Les ambitions de l'ONEP sont, tout d'abord, assurer l'accès généralisé à l'eau. Le concept de durabilité surgit alors dans les impératifs de pérennisation des installations et d'entretien des structures construites ou en cours de réalisation. Si elle veut intervenir pour l'ensemble de ses citoyens « dans une vision globale et intégrée du cycle de l'eau »[13], affirmation qui suppose des critères de durabilité et de continuité, la batterie classique du discours du développement durable est absente du discours ONEP. La stratégie dépend principalement d'un objectif de service public et d'avancement pour l'intérêt général dans une optique de mise en adéquation avec les attentes de la communauté internationale.

Les missions de l'ONEP
1. Planifier l'approvisionnement national en eau potable.
2. Produire l'eau.
3. Distribuer l'eau.
4. Assainir l'eau.
5. Contrôler et protéger la qualité de l'eau.

Les 3 axes stratégiques de l'ONEP

1. Généraliser l'accès à l'eau potable
   Devise : « le droit à l'eau pour tous ». L'eau est devenue un département ministériel en 2002 et dépend du ministère de l'équipement.
   Objectif : Augmenter l'accès individuel à l'eau. Aujourd'hui, il est de 90% en milieu urbain et de 60% en milieu rural. L'objectif est d'atteindre un taux de 90% en milieu rural en 2007.

2. Intervenir dans la gestion du cycle de l'eau
   a. Améliorer la qualité de l'eau
   b. Protéger les ressources en eau

3. Pérenniser, sécuriser et renforcer l'alimentation en eau potable
   a. Maintenance et réhabilitation

Dans l'ensemble des publications / documentations récents de l'ONEP, la mention des objectifs stratégiques et de la mission à remplir rappelle à la fois le contrat programme de 2005-2008 visé par l'entreprise à vocation publique, et la communauté internationale des ONG et programmes internationaux impliqués dans le secteur de l'eau. En tant que cibles du discours, L'ONEP développe l'argumentaire d'une entreprise de service public dotée d'une personnalité juridique et des moyens de fonctionnement tendant à ceux de l'entreprise privée. L'Office veut répondre aux objectifs donnés par son ministère et par l'Etat comme s'affirmer suffisamment indépendant pour répondre aux exigences de la communauté internationale et des bailleurs de fonds. Si l'ONEP poursuit une évolution vers le privé (développement d'activité de marketing, d'outils de communication, de recherche et développement), il semble que son discours puisse se muer en celui d'une entreprise visible qui doit justifier ses choix par d'autres moyens que celui de répondre aux besoins d'intérêt général.

COMMUNICATION

Le discours de communication de l'ONEP est celui d'une entreprise de service public. Elle axe ses communications autour de trois missions clés à remplir avant la prochaine échéance (2008).
Son premier objectif est celui de l'intérêt général en conformité avec les attentes du gouvernement et du Royaume du Maroc, de la communauté internationale et du Grand Public. Elle correspond au propre de la communication publique, la communication des institutions publiques, en définissant sa légitimité et son action comme fonction et partie intégrante de l'intérêt général. L'ONEP agit au « nom du peuple marocain » dans un but de faire respecter l'accès à une eau potable en quantité suffisante et en qualité satisfaisante en tant que « droit pour tous ». Cette mission attend des résultats chiffrés, suppose des budgets et une planification des tâches et des investissements.
Son deuxième objectif est celui de renforcer et promouvoir une « culture d'entreprise » afin d'affirmer la personnalité de l'Office. Créé en 1972, doué d'une histoire et d'une mission, l'ONEP est aujourd'hui, une structure importante de 6 750 employés répartis sur tout le Royaume du Maroc. Pour garantir la cohésion du groupe, il semble que le développement d'une culture ONEP se renforce avec les outils modernes tels que l'intranet et les bulletins d'information interne.

[13] Plaquette institutionnelle, « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », dans Notre stratégie.

Son troisième objectif vise l'information au Grand Public. L'ONEP jouit d'une forte personnalité en tant qu'acteur essentiel de l'eau au Maroc. Il est connu et reconnu nationalement et sur la région Afrique du Nord et de l'Ouest. En tant qu'entreprise clé, l'ONEP peut s'affirmer et toucher le public par ses campagnes de communication sur l'eau. L'Office finance plusieurs opérations de sensibilisation du public urbain et rural en ajustant ses messages à ses cibles par des visites sur place (unité mobile). L'ONEP est exposé aux médias en tant que tel, son intention est ici d'affirmer son image d'acteur institutionnel de l'eau pour contrer les crises liées à la gestion de l'eau en général.

Rappel des principes de la communication publique
Définition et principes :
La communication publique est la communication de la « société organisée par la loi qui établit les rapports d'équité antérieurs ». Elle se définit par la légitimité de l'intérêt général, au nom du peuple. Elle a pour fonctions d'informer, d'écouter, d'assurer la relation sociale et d'accompagner les changements comportementaux de l'organisation sociale.
La communication publique est une communication formelle qui tend à l'échange et au partage de l'information d'utilité publique et au maintien du lien social dont la responsabilité revient aux institutions publiques.

Le message :
Le message est le résultat d'un compromis issu du contrat social et du débat. Il répond à une quête de signification de l'intérêt particulier qui se voit délivrer un message résultat du compromis des deux parties. Il est par nature complexe car émis dans un objectif de régulation, de protection et d'anticipation des pouvoirs publics.

Les registres :
- information et explication pour légitimer l'action des Pouvoirs Publics,
- promotion ou valorisation de l'action,
- proposition ou dissension avec l'intérêt particulier.

La communication publique est le fait des institutions publiques, dépendantes de l'Etat, dans une visée d'information du citoyen qui est acteur (par le vote) et qui demande des retours sur l'activité de l'Etat.

L'ONEP et la communication publique
En tant qu'office national, la communication de l'ONEP semble répondre à une activité de promotion où est fourni un véritable effort de promotion et de présentation du service public au profit de l'information et de l'action.

L'EAU, UN DROIT POUR TOUS… NOTRE DEVISE
La devise de l'ONEP permet de bien comprendre la démarche de l'ONEP en tant qu'organisme valorisant son action au service de l'intérêt général. « L'eau, un droit pour tous… Notre devise » est le rappel direct du concept issu du droit international de « droit de l'eau ». Non promu dans la déclaration universelle des droits de l'homme de 1948, il a été clairement énoncé en 2002 par l'ONU, « le droit à l'eau consiste en un approvisionnement suffisant, physiquement accessible et à un coût abordable, d'un eau salubre et de qualité acceptable pour les usages personnels et domestiques de chacun »[14].
Le concept de « droit à l'eau pour tous » appelle trois exigences. La première est celle d'un accès à l'eau facile, dans un rayon à taille humaine, à un coût raisonnable et non pas gratuit comme entendu dans les medias. L'accès à l'eau est un service payant en raison du coût de l'assainissement et du traitement des eaux. Etant une denrée vitale à l'homme et un bien de l'humanité, un bien de et pour tous, l'eau doit rester à un prix raisonnable. Le deuxième impératif supposé par le droit à l'eau pour tous est de fournir, en échange du prix payé et pour le bien sanitaire des populations, une eau de qualité, potable et non nocive à l'homme. La dernière obligation est la disponibilité en ressources suffisantes pour répondre aux besoins de l'homme qu'ils soient « personnels et domestiques ».
La comparaison avec les missions stratégiques de l'ONEP résonne avec l'énoncé du « droit à l'eau pour tous ». Sa première cible est la « généralisation de l'accès à l'eau potable », principe qui implique l'accessibilité et la disponibilité des ressources en eau. Le respect des principes dictés par la communauté internationale est souligné en affirmant que « cet important axe est fondé sur le principe du droit à l'eau. Il a

[14] Comité des droits économiques, sociaux et culturels du Conseil Economique et Social des Nations Unies (ECOSOC), lors de sa 29ème session à Genève, du 11 au 29 novembre 2002, p. 129 cité dans Camdessus M., Badré B., Chéret I. & Ténière-Buchot P.-F. *Eau,* Paris : éditions Robert Laffont, 2004, p. 269.

conduit l'ONEP à développer un programme ambitieux pour accélérer l'approvisionnement en eau potable dans le milieu rural en particulier »[15]. L'Office cerne ici les efforts supposés par l'engagement du droit à l'eau : investir prioritairement pour garantir l'accès à l'eau potable en milieu rural où le taux d'accès dépasse 60% de la population marocaine.

Le deuxième but de l'Office est d'assainir ou garantir l'accès à une eau de bonne qualité. L'ONEP veut « assurer la protection des ressources en eau et (d') améliorer les conditions sanitaires des populations dans le cadre d'une vision de gestion intégrée du cycle de l'eau ». L'accès à l'eau potable pour tous suppose un discours global sur une action intégrée, c'est-à-dire, couvrant le cycle d'eau en amont et en aval. L'assainissement, étape délaissée face à la priorité des acteurs de l'eau de fournir de l'eau, fait aujourd'hui partie des impératifs de réussite des entreprises du monde de l'eau.

Cet aspect du discours est retrouvé, par exemple, chez les équivalents français de l'ONEP. L'ONEP 2008 veut élargir l'assainissement au Maroc quand en France, Lyonnaise 2010 a pour objectifs de mener une « action volontariste »[16] pour rattraper un retard d'investissements sur l'Hexagone en matière d'assainissement. Le droit à l'eau pour tous suppose donc une vision globale sur le cycle de l'eau pour garantir une eau « salubre et de qualité », une politique qui implique, pour ces acteurs, des efforts d'investissements, une adaptabilité technique et un discours affirmé, planifié et responsable.

La dernière mission de l'ONEP est le renforcement et la maintenance. L'Office veut « pérenniser et sécuriser des infrastructures existantes ». Cet objectif correspond à une politique de continuité de l'Office et s'inscrit dans son discours institutionnel d'acteur responsable pour la maintenance de ses infrastructures. Cette politique stratégique correspond à un besoin technique et de gestion assumée par l'organisme dans un souci de veiller à la qualité durable du service rendu. Cet axe stratégique ne correspond pas à une mission d'intérêt international mais bien à une politique de gestion pour l'intérêt général du produit que l'ONEP propose. Il semble répondre aux attentes de normalisation (accréditation ISO et critères de sécurité internationale) et du public (partenaires et Grand Public) en matière de pérennisation de la qualité de l'eau distribuée, un moyen de garantir l'accès à l'eau potable pour tous.

La mention de « pour tous » est aussi porteuse du droit international à l'eau. La déclaration de l'ONU suppose bien la globalité, « à chacun ». Ce principe est développé dans la déclaration de l'ECOSOC qui souligne que « toutes les personnes dont le droit à l'eau a été enfreint sont fondées à recevoir une réparation adéquate ». Plus loin est rappelé que « même si chacun a droit à l'eau, les Etats parties devraient prêter une attention spéciale aux particuliers et aux groupes qui ont traditionnellement des difficultés à exercer ce droit, notamment les femmes, les enfants, les groupes minoritaires… »[17]. L'ONEP veut assurer la garantie fondamentale du niveau de vie et de la non-discrimination de l'accès à l'eau dans une perspective de l'eau « pour tous » et une « approche tournée vers le client ».

C'est toute l'ambivalence du discours de l'eau qui répond, en général, à des obligations de service public sans pouvoir oublier la dimension marchande de l'eau. L'eau est bien un droit pour tous, elle n'est pas un droit gratuit du fait de la spécificité de son traitement qui oblige investissements, planification et « une organisation moderne, décentralisée et adaptée aux contextes local et régional ». L'eau et le discours sur l'eau par les acteurs privés ou publics obligent à mêler ces deux registres d'où l'affirmation du choix de l'ONEP : « notre devise ». L'ONEP a choisi un discours en cohérence avec celui de la communauté internationale pour marquer son attachement à appliquer ce droit et à répondre aux nouveaux objectifs du Millénaire, c'est un choix assumé par une organisation publique douée de son indépendance financière et juridique qui, de fait, est dans un contexte de vente d'un service.

Notre devise est donc le choix de s'approprier le discours des ONGs et de la communauté internationale pour appliquer et réaliser concrètement les principes énoncés. La devise, littéralement, correspond à une brève formule qui caractérise le sens symbolique de quelque chose, ou qui exprime une pensée, un sentiment, une règle de vie ou de conduite. Le droit à l'eau pour tous régit les modalités de fonctionnement de l'ONEP. La notion de devise répond à cette modalité d'un discours qui doit diriger l'esprit de l'ONEP. Le choix de ce vocable correspond bien à une volonté du vivre, du construire, du diriger de l'Office qui n'est pas un impératif universel kantien mais une règle de conduite que l'on veut voir se concrétiser. La devise de l'ONEP veut dépasser le discours généraliste et moraliste traditionnellement attribué aux ONG, elle doit réaliser le droit à l'eau pour tous. Elle ne dépend pas néanmoins, du registre de l'action.

---

[15] ONEP, plaquette institutionnelle, « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », dans Notre stratégie.

[16] Lyonnaise des Eaux, rapport annuel 2004, « Objectif 2010. Assainissement : une action volontariste », p. 14-15. *« En assainissement, la France a du retard ce qui lui a valu d'être condamnée en 2003 par la Cour de Justice européenne. Pour se mettre à niveau, elle doit investir 2,5 milliards d'euros par an pendant 10 ans » (…) « En 2004, un peu plus de 40 % des stations d'assainissement en France étaient conformes aux normes européennes »*

[17] Comité des droits économiques, sociaux et culturels du Conseil Economique et Social des Nations Unies (ECOSOC), lors de sa 29ème session à Genève, du 11 au 29 novembre 2002, paragraphe 16 cité dans Camdessus M., Badré B., Chéret I. & Ténière-Buchot P.-F. *Eau,* Paris : éditions Robert Laffont, 2004, p. 271.

La devise est en effet, une phrase que l'on se répète pour guider ses choix et actions, elle n'est pas un acte à proprement parler. La devise la plus célèbre reste probablement celle des Mousquetaires d'Alexandre Dumas, « tous pour un, un pour tous » (souvent citée à l'envers) qui dirige les décisions des Mousquetaires dans les moments difficiles privilégiant la solidarité comme solution aux problèmes. Elle est donc bien un principe incitatif fort, elle se détache néanmoins des termes plus ou moins porteurs utilisés dans les différents discours aujourd'hui. A devise, les alternatives sont credo, passion, mission, slogan ou encore, les thèmes traditionnels de l'agir du développement durable : éthique, responsabilité, engagement. Le choix de devise est à interroger dans le contexte marocain où ce vocable n'a pas le même impact qu'en France où le terme est peu utilisé en termes communicationnel aujourd'hui.

L'ONEP ET DEVELOPPEMENT DURABLE

La préoccupation environnementale au Maroc

En 1995, dans le cadre de la Stratégie Nationale pour la Protection de l'Environnement et le Développement Durable, près de 20 milliards de dirhams par an, soit 8,2% du PIB sont investis pour lutter contre la dégradation de l'environnement qui diminue le potentiel des ressources naturelles, déjà rares. Cet effort est continu et consiste dans le soutien de différents programmes de préservation, de conservation et de protection des ressources naturelles : dépollution, aménagement des bassins versants, etc.

La prise en compte de la problématique « Environnement » au Maroc dépasse l'action en s'invitant dans le cadre juridique du pays avec le vote d'un décret le 13 janvier 2000 pour la gestion de l'environnement. Ce décret suppose la prise en compte de la dimension environnementale dans la politique gouvernementale. Elle se concrétise par le renforcement du cadre juridique en faveur des démarches de protection de l'environnement et la prise en compte de la problématique environnementale dans divers secteurs tels que l'éducation, la coopération internationale, la formation, etc. Elle a pour objectif principal la protection des ressources du Maroc (énergie renouvelable, gestion des aléas climatiques, amélioration des sols, préservation des forêts et de la biodiversité, etc.) Elle se manifeste par des choix stratégiques pris par le Ministère responsable de la gestion de l'environnement, le Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Eau et de l'Environnement actuellement dirigé par Mohamed Elyazghi.

La préoccupation sur l'environnement et le Développement Durable s'est renforcée au Maroc suite au discours de S.M. Mohamed VI le 3 septembre 2002 au sommet mondial du Développement Durable à Johannesburg qui a rappelé les efforts fournis par le Maroc pour relever les effets néfastes du changement climatique sur le pays.

Dès 2003, le Maroc multiplie ses accords de coopération internationale pour la mise en application des principes de Développement durable. Il signe en juillet 2003, un accord avec la France pour la promotion d'un Mécanisme de développement propre, dans le cadre de la mise en œuvre du Protocole de Kyoto. Le 30 novembre 2004, il signe un accord de coopération intergouvernementale avec le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable (S. Lepeltier) pour favoriser leur coopération bilatérale dans les domaines du transport et du Développement Durable[18].

L'INDH (cf. Ch. 3) est une autre action du gouvernement marocain pour le développement durable. S'il cible les indicateurs de développement, il inclut les objectifs d'un développement sous-entendu durable à un moment difficile de transition pour le Maroc.

L'ONEP, l'environnement et le Développement Durable

L'enjeu de la gestion et distribution de l'eau potable suppose relations aux aléas climatiques de plus en plus objet de toutes les attentions (avec les inondations et la sécheresse) ; relations aux risques notamment sanitaires ; gestion des ressources ; et éducation, information et sensibilisation du consommateur.

Au Maroc, l'enjeu prioritaire est celui de la gestion des ressources où la qualité et la quantité des ressources disponibles sont constamment menacées. La lutte porte sur la désertification (programme de lutte contre la désertification initié en 1987), le développement forestier, l'aménagement des bassins versants et surtout, la mobilisation des eaux par une politique de barrages privilégiée depuis 30 ans. Ces actions intègrent le cadre plus général d'une action sur la protection de l'environnement et stratégie de développement durable.

De fait, le discours du Développement Durable suppose gestion de la ressource pour un accès généralisé dans une optique de protection des ressources et de développement humain, double objectif complémentaire et contradictoire. A considérer le modèle de croissance occidental des Trente Glorieuse, le développement humain visé empêcherait cette croissance soutenable préservant les ressources pour les générations futures comme le suppose le dispositif du Développement Durable. Dans cette optique, le discours de l'ONEP

[18] « Accord de coopération entre le Gouvernement de la République Française et le Gouvernement du Maroc dans les domaines de l'Environnement, de l'Eau et de l'Aménagement du Territoire dans un objectif de Développement Durable », article 1, p. 2.

n'insiste pas et n'utilise pas la batterie classique du discours de DD mais intègre ses principes dans ses axes stratégiques.
L'ONEP veut ainsi favoriser un accès pour tous à l'eau et une gestion intégrée du cycle de l'eau, deux axes propres à sa mission de Service Public dans le paysage marocain. L'Office veut aussi un maintien des acquis et une pérennisation de ses activités dans une optique d'investissement de long terme, à la fois démarche classique de l'entreprise et résultat d'une volonté de pérennité, dite de transmission aux générations futures. Les termes de « entreprise citoyenne », de protection, préservation ou de recherche (l'innovation au service du développement durable) se rapprochent du concept de Développement durable tel qu'il est compris dans les pays occidentalisés.
Le discours de l'ONEP a ici, l'attitude de préférer une perspective de développement et de « développement humain » sur celle de la croissance soutenable. Les termes de « développement économique et social », les actions de Développement Social ou la promotion du micro-crédit soulignent l'optique dans laquelle l'Office va envisager la problématique environnementale : développer, gérer la ressource, investir avant de véritablement miser sur la donnée environnementale. L'ONEP « se positionne comme l'un des principaux acteurs du développement économique et social du Maroc »[19]. Il s'intègre donc à un tissu économique et social en transition pour développer un discours de développement seulement sous-entendu, durable.

L'ONEP et la communication de groupe

La communication interne, la communication à l'intérieur d'une entreprise, sert à la cohésion du groupe, à la coopération entre les membres de cette organisation et à la diffusion des règles en vigueur. Elle a pour but d'établir un climat de confiance entre les salariés, à les sensibiliser, les dynamiser par rapport aux objectifs donnés et à faire circuler l'information. La communication interne est un élément clé de l'identité d'une entreprise en tant que moteur de cohérence et de compréhension des hommes qui font l'organisation. Une absence de communication et d'adhésion des salariés porte préjudice à l'image que renvoie l'entreprise d'elle-même dans la mesure où les acteurs d'un groupe sont les premiers reflets et relais de l'activité de la société.
Douée d'une histoire connue et de la reconnaissance internationale et nationale, l'ONEP jouit d'un potentiel de cohésion et de sentiment de fierté (élément moteur chez le salarié) essentiel et positif pour renvoyer l'image d'une institution qui fonctionne, consciente de son rôle à jouer dans la société marocaine. En tant qu'organisation décentralisée et de dimension importante tant en nombre (presque 7 000 collaborateurs) et infrastructures (9 délégations régionales, 48 laboratoires, 44 stations de traitement ; elle se doit de veiller à l'adhésion de ses salariés et l'union du groupe pour répondre aux exigences de ses clients et du Grand Public. Sur les axes stratégiques fixés par l'ONEP, la mission de Service Public est un élément clé de la cohésion du groupe qui est impliqué dans le processus comme souligné dans l'éditorial d'Ali Fassi Fihri, le Directeur Général de l'ONEP. Forme classique du dialogue entre salariés et direction, cet écrit est un exercice du genre caractérisé par la reprise des éléments traditionnels du discours d'un manager qui s'adresse à son encadrement en priorité et à ses employés en général. Les termes de « mission », « vision », « objectifs », « projet » accompagnés d'une alternance « je », « nous » et « vous » mettent en avant la vision de groupe comme partie intégrante du projet commun et de la demande de résultats des clients.
Le discours joue ainsi sur les deux registres du projet commun et de l'échéance exigeant des chiffres, des résultats et un investissement de chacun des salariés. De ce texte ressort l'image d'un leader visionnaire et gestionnaire face à un lecteur impliqué, responsable, intégré au processus. Son but correspond à la fonction de production de symbolique identifiée par H. Mintzberg où le texte du Directeur offre une vision large et du futur (« la voie du progrès » « notre vision d'avenir »). Ce dernier partage l'information (deux paragraphes de chiffres avec une volonté de transparence sur les décisions prises et les contrats signés – répétition du mot « enveloppe de x DH ») et contrôle la gestion du temps (« l'année 2005 sera marquée par la poursuite » « le contrat programme 2000-2004 montre que nous avons largement dépassé les objectifs fixés »).
En tant que telle, la communication ONEP repose sur des acquis historiques nés de l'histoire même de l'organisation et du statut de l'ONEP au sein de la société marocaine, et utilise les outils traditionnels au service de la cohésion de groupe (discours d'un leader charismatique et bienveillant qui se veut ouvert selon les principes du management participatif). Il est à noter néanmoins que l'on ne peut parler d'une culture ONEP où logo, devise, identité et valeurs taillent une cohérence et homogénéité au groupe[20]. L'ONEP n'utilise pas ces ingrédients caractéristiques des grands groupes par absence de besoin réel de nouveaux éléments fédérateurs autour de la mission et des objectifs communs. Le respect de la hiérarchie imprégnée dans la culture marocaine, la prégnance de l'ONEP en elle-même et la conviction manifestée des salariés semblent suffire au fonctionnement de l'entreprise.

[19] ONEP, plaquette institutionnelle, « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », dans Programme d'action ONEP 2004-2007.
[20] Absence de vie d'entreprise ? Sponsoring ? Réunions de groupe autres que celles de travail ?

CH. 2 Eau, Femmes et Développement Durable au Maroc

1. LA SITUATION DES FEMMES AU MAROC
2. UN, UNIFEM ET LES FEMMES DU MAROC
3. L'INDH
4. AXES DE RECHERCHE

1. LA SITUATION DES FEMMES AU MAROC

« Le pays où la femme n'est pas un agent actif ressemble à un corps paralysé dont on ne peut rien attendre de constructif »

Mohamed V

« Comment espérer atteindre le progrès et la prospérité alors que les femmes, qui constituent la moitié de la société, voient leurs intérêts bafoués, sans tenir compte des droits par lesquels notre sainte religion les a mises sur un pied d'égalité avec les hommes, des droits qui correspondent à leur noble mission, leur rendant justice contre toute iniquité ou violence dont elles pourraient être victimes, alors même qu'elles ont atteint un niveau qui leur permet de rivaliser avec les hommes, que ce soit dans le domaine de la science ou de l'emploi ? »

Mohamed VI

Deux rois, deux convictions pour promouvoir le statut de la femme au Maroc. La société marocaine évolue en faveur de la visibilité et de l'action de la femme depuis l'indépendance du pays et surtout, se métamorphose rapidement et favorablement à partir des années 90. La femme marocaine est active, de plus en plus intégrée au processus du changement et aux rouages décisionnels du pays. Cette transformation de la situation de la femme se traduit concrètement par l'augmentation de la présence féminine dans divers secteurs tels que l'économie, le politique, le droit, l'éducation, son activité dans la société civile, etc.

A. La présence de la femme dans l'entreprise

La situation de la femme dans le monde du travail s'est nettement améliorée depuis le début des années 90. Elles accèdent de plus en plus à des fonctions à haute responsabilité et sont de plus en plus présentes dans l'entreprise et sur l'espace public où sa présence et son activité sont remarquées. La condition de la femme en matière d'emploi et d'activité professionnelle reste encore modeste comparativement à ses équivalents occidentaux. En 2005, 25% des marocaines sont actives, 5% sont chefs d'entreprise, 4% chefs de division. Surtout, elles souffrent d'un chômage plus important que les hommes (25,8% contre 17,4% pour les hommes en milieux urbains) ou occupent des emplois généralement précaires dans le domaine agricole plus particulièrement (salariée agricole, emploi saisonnier, etc.).

Sur les 25% actives marocaines, 32% travaillent dans l'agriculture – un chiffre en nette diminution depuis 1994 où il atteignait 57%. Elles représentent 63% de la main d'œuvre dans le secteur de l'élevage et 41,6% dans celui de la production maraîchère.

Dans le processus de décision, les femmes sont généralement amenées à décider en l'absence du mari et si l'avis du fils ne leur est pas privilégié. D'une manière générale, elles se réfèrent très souvent à leur fils. En l'absence de leur conjoint et avec l'accord du fils, 25% des femmes décident dans le cadre d'une activité maraîchère, 70% en ce qui concerne l'élevage et 25% pour les achats alimentaires. Dans le cadre des achats de provisions, les femmes, si leur mari est absent, demandent souvent à leur fils de décider ou délèguent leur décision. Dans un seul domaine, 70% des femmes décident seules, sans solliciter ni leur mari, ni leur fils… Dans le cas de l'approvisionnement et de la gestion de l'eau, les femmes agissent sans consulter.

Le Maroc a signé la Convention sur l'élimination de toutes les formes de discrimination à l'égard des femmes (CEDAW). Il existe des garanties constitutionnelles et juridiques en ce qui concerne les droits de la femme et l'égalité entre les sexes. En outre, le gouvernement a révisé le code civil (la Moudawana) en 2004, pour améliorer les droits de la femme en ce qui concerne le mariage, le divorce et le principe d'égalité et de responsabilité entre la femme et l'homme. Cette loi devrait permettre de voir évoluer les indices clés vers une amélioration de la situation de la femme au Maroc. En tant qu'évolution majeure du statut de la femme, elle répond à de nombreux rapports alarmistes produits par l'ONU et d'autres ONG internationales sur la situation de la femme marocaine.

Si le code civil voté en 2004 a permis une véritable amélioration du droit en faveur de la femme, il reste encore un écart avec la réalité où l'application du code n'est pas entrer dans les mœurs. Si un temps est nécessaire pour observer un net changement de la condition féminine au Maroc, des pratiques

discriminatoires subsistent en dépit des lois dans les domaines de l'accès à la propriété, des salaires et de la participation aux organismes de décision. Pour favoriser l'application du nouveau code de la famille, l'Association Leadership Féminin vient d'éditer une bande dessinée en français et en darija (dialectal) afin de favoriser la diffusion des nouveaux principes du code à la fois auprès du public des juristes et du Grand Public.

B. La présence de la femme en politique et en droit

La présence féminine au sein du Maroc politique est encore récente, elle progresse nettement depuis la fin des années 1990. En 1990, 0,8% des sièges étaient occupés par des femmes au Parlement, en 1998, la proportion atteignait 38%. Cette année, la représentativité politique des femmes a reculé avec deux femmes au gouvernement (N. Chekrouni - Ministre déléguée auprès du Ministre des Affaires Etrangères et de la Coopération chargée des Marocains résidant à l'Etranger et Y. Baddou - Secrétaire d'Etat auprès du Ministre du Développement Social, de la Famille et de la Solidarité). Les femmes députées sont 37, un chiffre en constante progression passé de 2 députées en 1997, puis à 30 en 2000 et enfin 37 en 2005. La question de la femme est encore mineure dans les programmes politiques et les femmes restent encore peu nombreuses à investir le champs des partis politiques où elles sont sous représentées.

Il faut noter que ces chiffres et données datent d'avant 2004, année décisive dans l'histoire du Maroc avec le vote en janvier 2004 du nouveau code de la famille qui établit l'égale responsabilité de l'homme et de la femme dans la famille et permet, entre autres, à la femme de travailler sans l'autorisation de son mari, de demander le divorce sans avoir besoin de témoins et de preuves des « préjudices subis », de prétendre au droit d'héritage issu de son père et n'a plus besoin d'un tuteur pour se marier.

Cette nouvelle loi est une avancée décisive pour le statut et les droits de la femme. Très récent, son application et intégration dans les mœurs restent encore à vérifier. Les associations et mouvements féministes du Maroc sont aujourd'hui très actifs pour rendre concret le texte voté.

C. L'accès à l'éducation[21]

L'accès à l'éducation s'est considérablement amélioré au cours des dernières années avec la réussite du pari de l'éducation en primaire à la fois en milieux urbains et en milieux ruraux avec un taux de scolarisation de 95,3% en première année de primaire. Il descend et atteint 63,5% en dernière année d'école (cinquième classe). Pour les enfants de 6 ans, le taux est passé de 66,4% en 2000 à 89,6% en 2004 soit une progression de 35%. Pour les enfants entre 6 à 11 ans, elle atteint 92,2% en 2004 enregistrant une croissance de 16,6% sur quatre ans (taux de 79,1% en 2000). L'analphabétisme a diminué notamment chez les femmes avec une augmentation de l'alphabétisation par rapport à l'homme (de 62,2% à 69,5% entre 1990 et 1998) et de l'alphabétisation générale des femmes (de 62,4% à 64,3% entre 1990 et 1998 avec un objectif de 100% en 2005).

D. Son rôle dans la société civile[22]

Il existe plus de 30 000 associations légalisées au Maroc. Ces dernières ont renforcé leur action et leur pouvoir politiques récemment et sont indissociables de la transition démocratique et des changements majeurs de la société marocaine à l'heure actuelle. Le tissu associatif est fortement intégré au paysage marocain et joue un rôle majeur dans les milieux ruraux plus particulièrement. En 1994, le nombre d'associations féminines était de 45 après une explosion du nombre d'associations à la fin des années 80. Aujourd'hui, on compte plus de 220 associations sur le thème du développement et de la femme.

Les premières associations féminines sont apparues en 1940 au sein du mouvement politique national pour l'indépendance. Elles sont restées très marquées et influencées par la politique nationaliste jusqu'à l'indépendance du Maroc pour acquérir progressivement leur spécificité dès la fin des années 60 et une autonomie politique à la fin des années 70. C'est la naissance de l'Union Nationale des Femmes Marocaines (UNFM, en 1969), de l'association marocaine des femmes de carrières libérales (1976), l'Union des Femmes universitaires (1979) ou encore la Ligue Nationale des femmes fonctionnaires du secteur public et semi public (1980). L'Union nationale des femmes marocaines (UNFM) semble être la mieux organisée de celles-ci avec un réseau de 50 groupes régionaux et de 120 groupes locaux. Elle est principalement axée sur la pauvreté et au nombre de ses activités figure la création d'une quinzaine de coopératives dans le secteur agricole ou dans l'élevage.

[21] Royaume du Maroc, Département de la prévision économique et du plan, Direction de la planification : « Rapport national relatif aux objectifs du Millénaire pour le Développement. Note méthodologique pour l'élaboration du rapport », Rabat 2002. Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur, de la Formation des Cadres et de la Recherche Scientifique ; principaux indicateurs éducatifs 2003-2004.

[22] Roque, A.-M. *La société civile au Maroc*, Institut Européen de la Méditerranée : Editions Publisud, 2004. Les travaux non publiés de UNIFEM Maroc & A. El Kasmi.

C'est avec l'affirmation de leurs missions en faveur de la promotion de la femme que le nombre d'associations féminines a significativement augmenté au Maroc (années 80). Leurs domaines de prédilections sont la scolarisation de la femme, la lutte contre l'analphabétisme féminin, la promotion des droits de la femme. Le récent code de la famille a été en partie voté grâce à l'action des associations féminines spécialisées dans le droit.
La femme, en plus de s'organiser via le mode associatif, a largement investi le monde de l'association au Maroc. Ne pouvant agir au niveau politique avant les évolutions législatives récentes et l'affirmation de la femme dans la société marocaine depuis le milieu des années 90, elle a utilisé et utilise la société civile pour affirmer sa présence et s'imposer petit à petit dans la société en général. Ses revendications majeures au niveau associatif est d'affirmer l'autonomie des associations vis-à-vis des partis politiques tout en gardant une force de contre-pouvoir politique et de fait, rester partisane, d'agir sur les choix de société qui s'opèrent dans le Maroc d'aujourd'hui.

2. UN, UNIFEM ET LES FEMMES DU MAROC

L'UNIFEM est le fonds de l'ONU pour la promotion de la femme. Présent dans plus de 100 pays, UNIFEM Maroc est un organisme récent qui agit dans divers secteurs détaillés ci-dessous. C'est dans le cadre de leur projet sur la diffusion des NTIC auprès des femmes que l'ONEP a cherché à connaître davantage leurs actions et projets en cours ou à venir.

A. Présentation de UNIFEM

Né en 1976, le fond de l'ONU a pour objectifs principaux l'assistance des programmes locaux d'action, aider à l'élaboration de stratégies qui veulent promouvoir la place des femmes et l'égalité des genres et faire entendre la voix des femmes à l'ONU.

L'UNIFEM a définit sa politique autour de quatre pôles stratégiques :
- réduire la pauvreté des femmes ;
- arrêter la violence contre les femmes ;
- arrêter la propagation du SIDA chez lez femmes et les jeunes filles ;
- obtenir l'égalité entre les sexes dans la gouvernance démocratique, en temps de paix comme de guerre. Favoriser le rôle de leader de la femme dans le processus de décision.

Pour ce faire, ses actions consistent majoritairement à écrire et faire voter des lois et politiques gouvernementales pour éliminer la discrimination et promouvoir l'égalité des sexes comme dans les domaines du travail, des droits d'héritage, etc. Elle veut aussi transformer les Institutions pour favoriser égalité des sexes ; augmenter la présence politique des femmes et leur capacité à se faire entendre afin de s'imposer sur la scène publique ; et enfin, changer les pratiques discriminatoires dans la société.
Afin de fonder et légitimer son action et ses revendications, l'UNIFEM base son travail sur un large panel législatif international constitué des déclarations des grandes conférences mondiales liées au thème de la femme.
La première base juridique de l'UNIFEM est CEDAW, la "Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women" (Convention pour l'élimination de toutes formes de discrimination contre les femmes) votée en 1979. Cette convention a longtemps été comparée au Bill of rights et ainsi appelée "the international bill of rights for women". Constitué d'un préambule et de 30 articles, cet acte juridique sert de référence en matière d'action pour l'égalité de la femme dans le but d'arrêter toutes formes de discrimination à l'encontre de la femme.
La deuxième référence de l'UNIFEM est la déclaration de Beijing datée de septembre 1995 dont la mission est de favoriser la prise de conscience des femmes du rôle qu'elles ont à jouer dans la société. Cette déclaration salue les progrès de l'évolution du statut de la femme aujourd'hui tout en axant la stratégie de l'action sur trois axes majeurs. Les femmes doivent être impliquées dans les processus de décision qu'ils soient politiques, économiques ou locaux. Les politiques gouvernementales actuelles doivent intégrer la problématique de la femme et de l'égalité des genres dans leurs programmes d'action. Enfin, l'efficacité de l'action doit être chiffré et constamment évaluée pour permettre au statut de la femme de significativement avancer.
La troisième source du fonds de l'ONU pour la femme est la Résolution 1325 qui signale l'importance de la femme et de la perspective genre dans les processus de négociation de la paix et de planification de l'organisation des camps de réfugiés où il a été constaté la vision concrète apportée par la femme et l'importance qu'elle attache aux conséquences logistiques des conflits sur la situation de la famille.

La valeur du corpus juridique de l'UNIFEM a été confirmée par l'orientation et la déclaration de New York de janvier 2000 sur les Objectifs du Nouveau Millénaire qui, notamment, spécifie que promouvoir l'égalité des sexes et promouvoir le pouvoir décisionnel de la femme est une priorité (objectif n°3). Un objectif concret est l'élimination de la disparité dans l'accès à l'éducation au primaire et au secondaire dès 2005 et à tous les niveaux en 2015.
L'UNIFEM joue un rôle décisif dans l'évolution du statut de la femme dans de nombreux pays et axe son action sur les processus de décision où elle agit pour augmenter la représentativité féminine dans les assemblées locales et nationales. Aujourd'hui, la moyenne du nombre de femmes dans les Parlements nationaux, tous pays confondus, est de 15%, un chiffre éloigné de la parité. Pour ce faire, la stratégie du fond pour la femme est l'utilisation du CEDAW afin de l'implanter dans l'ensemble des pays où le pouvoir de la femme est mineur. L'UNIFEM développe ainsi des partenariats avec des associations féminines, le gouvernement en place et des entreprises privées pour introduire la femme dans l'espace public. Elle combat pour une justice « sexospécifique » qui sous-entend que tous les aspects de la justice tiennent compte de l'égalité des genres et apporte son soutien pour la modification des lois discriminatoires.
L'inscription de l'égalité homme-femme dans la constitution afghane de Loya Jirga en 2003 est le fruit du travail de persuasion de l'UNIFEM. Encore, le code familial voté par le Parlement marocain en janvier 2004 est aussi l'aboutissement d'un travail de l'UNIFEM en partenariat avec les associations féministes du Maroc.

B. UNIFEM Maroc

L'UNIFEM Maroc a une position forte en matière de genre et d'égalité homme-femme au Maroc de par son activité largement axée sur une évolution du statut de la femme marocaine dans la société. En lien avec cette problématique, ses programmes travaillent sur les questions de droit (accompagnement de l'évolution du droit des femmes et de la famille au Maghreb par, par exemple, le renforcement de la capacité des Tribunaux de la Famille et permettre une meilleure connaissance et une meilleure application de la loi, des textes), d'égalité des sexes (intégrer la dimension genre dans l'élaboration des budgets nationaux afin d'assurer la cohérence entre promotion de la femme et crédits budgétaires) et des objectifs du nouveaux millénaires dans la mesure où le Maroc est un des cinq pays pilote du PNUD dans l'introduction de la perspective genre dans ses programmes d'action[23].
Voici l'intitulé de quelques-uns des programmes en cours ou des projets en cours d'élaboration :

Programmes en cours :
- Appui à l'élaboration d'une stratégie et d'un plan d'actions pour l'institutionnalisation de l'approche Genre dans le Cadre de Coopération 2002 – 2006.
- Réussir l'e-parité dans le domaine des nouvelles technologies au Maroc.
- Fonds d'affectation pour le support des Actions d'Elimination de la Violence à l'égard des Femmes. Collectif 95 Maghreb Egalité.
- Genre et OMD.
- Bugétisation sensible au genre au niveau local au Maroc.
- Fonds d'affectation Régional pour l'Habilitation des Femmes.
- Femmes Parlementaires Arabes.
- Budgétisation sensible au genre, phase II.
- Renforcement des Capacités des Tribunaux de la Famille dans le cadre de la mise en œuvre du nouveau code de la famille.

En projet :
- Réussir la e-parité dans le domaine des nouvelles technologies au Maroc, phase II.
- Modélisation de l'expérience marocaine en matière de réforme de la famille.
- La gestion de l'eau pour la prise de pouvoir des femmes.
- L'image de la Femme dans les médias marocains.
- Communication sociale, participation politique et gouvernance démocratique pour l'habilitation de la femme au Maroc.
- Migration féminine et traite des femmes.

« Réussir la e-parité dans le domaine des nouvelles technologies au Maroc »
Dans le cadre d'une rencontre avec UNIFEM Maroc et dans l'intérêt du projet « Eau, Femmes et Pouvoir de Décision », nous nous intéressons plus particulièrement au programme en cours, « Réussir la e-parité dans le domaine des nouvelles technologies au Maroc ».

[23] Touimi-Benjelloun, Z. « Genre : Le positionnement de l'UNIFEM », à l'occasion de la conférence : « 10 ans après Pékin, relever le défi de l'égalité Homme Femme », 24 mars 2005.

Ce projet de formation technique (BTS) axé sur l'apprentissage de la technologie des réseaux en deux ans est financé par UNIFEM en partenariat avec CISCO Systems, USAID, le Ministère de l'Education Nationale et de la Jeunesse et le Secrétariat d'Etat auprès du Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle, chargé de la formation professionnelle.
Le but est de délivrer un diplôme (étudiants certifiés) professionnel pour favoriser l'employabilité des inscrits et les aider à s'insérer professionnellement. L'objectif est d'atteindre 1 100 certifiés sur deux ans (déjà 800 sur un an). A ce programme s'est greffé le projet WIT qui cible les femmes désirant reprendre leurs études pour trouver un emploi. Cette formule propose une formation plus adaptée à leurs horaires (cours le week-end) et concerne une centaine d'élèves (formation on line, sur Internet).
Les partenariats contractés ont permis de développer un réseau couvrant une grande partie du territoire marocain avec pour formateurs, des bénévoles formés par ENSIAS. Cette formation est gratuite et concerne des Bac / Bac + 2 issus de classe moyenne dont 54% des étudiants sont des femmes.
Ce programme, considéré comme une réussite, devrait être reconduit en phase II, c'est-à-dire, poursuivre les formations et assurer un suivi des étudiants dans leur processus d'intégration professionnelle.
A considérer les chiffres de la pratique des nouvelles technologies au Maroc, peut-on parler d'une inégalité entre hommes et femmes dans l'accès et la connaissance des NTIC ? Domaine récent, ce programme a pour but de promouvoir l'employabilité des femmes dans un domaine traditionnellement masculin (informatique) et de contrer une évolution possible des NTIC vers l'inégalité homme – femme. C'est un programme en faveur de l'emploi (renforcer les capacités et les compétences des femmes) et de la promotion de la femme (promouvoir le statut socioéconomique de la femme à travers le développement du marché des NTIC au Maroc)[24]. D'après les employeurs, investir en formation des cadres femmes est plus productif à long terme que chez les cadres hommes et encouragent les certifications des femmes pour qu'elles atteignent des postes équivalents aux hommes.[25]
En tant que moyen moderne et précurseur, les NTIC ont cette faculté de balayer les frontières traditionnelles, « elles permettent d'atteindre des populations vivant hors des réseaux habituels (i.e. populations rurales, femmes, jeunes) »[26]. Opportunité et moyen de renforcer le pouvoir des femmes marocaines, l'e-parité est un moyen concret de favoriser la participation de la femme sur l'espace public marocain. C'est aussi un moyen de lutter contre le legs culturel de la place de la femme dans la société. Les employeurs constatent en effet, que les femmes ont moins « d'esprit d'initiative, d'anticipation, de leadership et de célérité dans l'adaptation aux changements. Autrement dit, quoique compétentes, les femmes portent en elles-mêmes le legs culturel de la socialisation des femmes qui ne les incite pas à faire prévaloir leurs atouts, et par conséquent ne les pousse pas vers le leadership »[27]. Les formations et l'e-parité sont des moyens de contrer cet héritage culturel.
Un récent rapport sur le lien entre femmes et TIC a démontré qu'il n'y avait pas de différences entre les deux sexes devant l'accès à l'outil informatique dans la jeune génération. « La majorité des enquêtés lycéens et cybernautes, filles et garçons, est utilisatrice de l'outil informatique et maîtrise son usage. En général, on utilise les TIC pour la recherche des informations nécessaires à des finalités scolaires. Les environnements familiaux et scolaires sont en général favorables à l'utilisation de l'informatique par les jeunes. Ainsi, enseignants et parents incitent et encouragent respectivement leurs élèves et enfants, sans distinction de sexe, à utiliser les TIC et fréquenter les cybercafés pour développer leurs connaissances et chercher un support pour leurs devoirs scolaires. On a constaté aussi qu'il n'y a pas de barrières culturelles ou familiales qui bloquent l'accès de la fille à l'outil informatique, ce dernier étant perçu positivement par la famille. La mixité dans ce domaine est intégrée comme partie intégrante de l'instruction qui est souhaitée et recherchée pour les filles et les garçons. »[28]
D'un point de vue général, le rôle des TIC dans la promotion de l'égalité de genre dans les pays en voix de développement est reconnu et objet de plusieurs initiatives dans différents pays tels que le Sénégal (Daly, J. « Les TIC à l'appui du programme des femmes pour l'égalité de genre au Sénégal : rapport d'évaluation ». Décembre 2003), l'Inde (« ICTs for development : case studies from India », rapport ICDT, septembre 2005), ou des acteurs non gouvernementaux comme l'AEDEV (association de e-developpement sur la femme, le développement durable et les TIC : www.aedev.org), etc.

[24] Plaquette « Réussir la é-parité dans le domaine des nouvelles technologies au Maroc », objectifs.
[25] Abdourabi, M. Bourqia, R. & Mokhtari, A. *« La participation des femmes au secteur des TIC au Maroc : vers une e-parité »*, UNIFEM & Université Hassan II Mohammedia, Juillet 2005, p. 71.
[26] Plaquette « Réussir la e-parité dans le domaine des nouvelles technologies au Maroc », contexte.
[27] Abdourabi, M. Bourqia, R. & Mokhtari, A. *« La participation des femmes au secteur des TIC au Maroc : vers une e-parité »*, UNIFEM & Université Hassan II Mohammedia, Juillet 2005, p. 71.
[28] Ibid, p. 52.

« Water Management for Women's Empowerment »

Ce projet pose les enjeux liés à la question de la gestion de l'eau par la femme dans une grande ville, Casablanca, la ville marocaine la plus importante en terme d'habitants (près de 5 millions d'habitants) avec 1,2 millions vivant dans conditions insalubres. Ce programme en partenariat avec Lydec, Groupe Suez et l'ONU cible les quartiers de Laharaouine et Lamkansa non desservies par les opérateurs privés sous contrat avec l'autorité délégante.

Le lien de l'eau et de la femme est démontré à plusieurs titres :

- perspectives politique et éducation : la fille du fait de sa responsabilité pour aller chercher l'eau et la femme pour la gérer n'ont pas le temps de s'impliquer dans la vie locale, politique, économique et d'aller à l'école ;
- perspective sanitaire : l'accès à l'eau pour l'hygiène de la femme est plus important que chez l'homme. De même, la santé des femmes dans milieux ruraux dépend d'un accès équitable et de qualité (rapport CEDAW) avec un lien démontré entre un pauvre accès à l'eau et les violences conjugales. Enfin, des installations d'eau à proximité évitent la dégradation de la condition physique de la femme (état du dos, épaules ou tête).
- perspective économique : la gestion de l'eau par la femme est rentable au contraire de celle de l'homme qui est souvent moins efficace car moins concrète.

Les objectifs du programme sont :

1. Promouvoir la participation de la femme dans le processus de décision.
2. Favoriser l'implication féminine dans le tissu économique.
3. Garantir la sécurité physique et la santé des femmes.

Les effets escomptés :

- Développement d'infrastructures de proximité qui devrait permettre un accès facilité à l'eau.
- Réduction du temps consacré à la recherche / collecte de l'eau.
- Promotion de l'éducation et de l'implication de la femme dans la vie publique et politique.

Ce programme basé sur la création d'un fonds commun géré par la communauté, sur l'investissement en infrastructures et en formations de LYDEC, et sur l'apport financier de l'ONU repose sur la promotion de l'implication de la femme comme actrice essentielle de la gestion à la fois de l'eau, des fonds et du changement.

A ce jour, ce projet est arrêté, classé sans suite. Les premières notes sur la question et l'angle pris sur cette problématique permettent de dégager l'axe dominant de la question de l'eau au Maroc : la femme comme moteur essentiel de l'évolution supplée d'un support financier et d'investissements d'infrastructures pour la dégager des impératifs de gestion de l'eau liés à la tâche de collecte de l'eau.

3. L'INDH

L'Initiative Nationale pour le Développement Humain lancée le 18 mai 2005 par SM le Roi Mohamed VI veut combler le retard accumulé par le Maroc dans la réalisation des objectifs du Nouveau Millénaire. Le Maroc est en effet classé 154ème en termes de développement humain et objet des critiques du PNUD qui lui reproche l'absence de cohérence nationale pour gérer les différents projets locaux lancés. Pour répondre au PNUD, l'INDH a donc la vocation de mesurer la satisfaction des besoins de la population et de définir les nouvelles actions nécessaires de concert avec le tissu associatif, relais essentiel de la société civile pour lancer l'INDH.

L'INDH mêle consultation de plusieurs centaines d'expert et accords de financement avec par exemple, un premier accord signé avec la France de 9,2 millions de DH pour le renforcement de la qualité de vie de la population (programme de construction de logements sociaux). Concrètement, l'INDH se traduit par des projets sociaux axés sur les thèmes de l'accès au logement, l'accès à l'électricité, à l'eau potable et à l'assainissement et aussi, la formation, l'éducation, etc.

Le Maroc a reçu en septembre 2005, le prix du micro-crédit de l'ONU comme mot d'encouragement pour l'INDH à la faveur des associations de micro-crédit du Maroc qui aident 600 000 clients.

Avec l'INDH, la condition femme reste un moteur de changement comme l'a démontrée la journée mondiale de la femme rurale où a été réaffirmé le rôle de cette dernière dans le tissu local. (cf. annexe 2, « Ifrane : les femmes et l'INDH », Aujourd'hui le Maroc, le 14 novembre 2005). Le thème de la femme reste fortement ancré dans l'INDH et il est important de considérer ce grand chantier national dans la perspective eau, genre et développement durable au Maroc.

4. AXES DE RECHERCHE

Envisager la question de la communication du développement durable sous l'angle du genre c'est interroger la particularité des pratiques et des discours à la fois des institutions et des femmes quant à l'enjeu d'une croissance soutenable. Elle suppose une analyse comparative pour capter la multiplicité des discours émis sur le Développement Durable, axe de réflexion et de communication majeur même s'il est récent (1987, première définition du concept) et encore flou pour beaucoup.

Perspectives de recherche

Objectifs :

1. Modélisation du discours de Développement Durable : interroger la relation entre institution émettrice, institution réceptrice et destinataire.
2. Déterminer la spécificité du discours du Développement Durable dans une perspective genre et entreprise privée/publique.
3. Proposer les axes forts de la communication et les programmes sur Eau, Femmes et Développement Durable.

Etant donné le thème, une approche comparative est nécessaire. Division pays développés et en voix de développement.

Moyens :

- Etude de la communication ONEP (analyse des supports et entretiens). Programme « Eau, femmes et Pouvoir de décision », la place des NTIC dans femmes, eau et développement durable.
- Etude de la communication Lyonnaise des Eaux sur le développement durable (analyse des supports et entretiens). Etude du public féminin, sa relation à l'eau et au développement durable.
- Etude de la communication SUEZ (analyse des supports et entretiens). Fondation SUEZ, la place de la petite fille dans les programmes d'action.
- Etude des principes émis par les conférences sur l'eau, la femme et le développement durable. UNESCO et le thème de la femme (chaires sur femmes et eau).

Modèle de transmission du discours du Développement Durable aujourd'hui

Communauté Internationale ⇨ Gouvernement
(ONG et Conventions internationales)
⇩ ⇩
Siège de l'entreprise privée ou publique
Groupe
Filiale
Centres régionaux
Agences locales
⇩
Grand Public
⇩
Consommatrice

La spécificité du public féminin dans la problématique eau : les thèmes redondants.

- Les postes de consommation d'eau de la femme
  - Toilette
  - Ménage
  - Cuisine
  - Jardin
- Les questions qui sensibilisent la femme dans la question eau et développement durable
  - Education
  - Santé du nourrisson et de l'enfant
  - Beauté
  - Facture
  - Gestion de l'eau (pays en développement)
  - Ressource eau (pays en développement)
- Les moyens d'action proposés pour changer la situation
  - Education (école / formations diplômantes avec TIC en outil)
  - Action de préservation, apprendre les gestes au quotidien (pays développés)

    - Investissement en infrastructures (pays en développement)
    - Implication de la femme dans le processus de décision politique (pays en développement)
- La relation à l'eau : historique, mythologie, religion…

Corpus

ONEP

- Plaquette « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », huit pages.
- Pochette « Le Droit à l'eau pour tous… Notre devise », 11 feuillets et CD Rom.
- Fascicule « Découvrez l'eau », ONEP et Ambassade de Suisse à Rabat, décembre 1995.
- Document de sensibilisation « Mieux connaître… L'eau », éditions ONEP 2002.
- Plaquette « Participation de deux marocaines aux activités des jeunes en marge du 2ème forum mondial de l'eau à La Haye, mars 2000 », avril 2000.
- Campagne de sensibilisation des jeunes à l'économie de l'eau « L'eau par l'image », 1997.
- Bulletin interne de l'Office National de l'Eau Potable « Inf'eau », numéro 4, juillet 2005.
- Power Point : conseil d'administration 2005, « Présentation ONEP », ONEP 2005.
- Livret de formation, CFTE, ONEP 2005.
- Site Internet : www.onep.org.ma.
- Bilan des réalisations, « Contrôle de la qualité des eaux », Direction Centrale du Pole Industriel, Direction du Contrôle de la Qualité des Eaux, ONEP 2004.
- Power Point : Séminaires régionaux de formation et d'orientation sur les études d'assainissement, « Organisation du secteur assainissement au Maroc », ONEP 2005.

UNIFEM

Plaquette « Réussir la e-parité dans le domaines des nouvelles technologies au Maroc »

Ryckewaert, M. "Water Management for Women's Empowerment", Rabat : Projet UNIFEM, été 2005.

Site Internet : www.unifem.org

Touimi-Benjelloun, Z. « Genre : Le positionnement de l'UNIFEM », à l'occasion de la conférence : « 10 ans après Pékin, relever le défi de l'égalité Homme Femme », 24 mars 2005.

Formation

Livret de formation CFTE 2005, ONEP.

Programme de formation 2006, ONEP, Pôle Ressources, Direction des Ressources Humaines, ONEP juillet 2005.

Campus Veolia Water, Guide de la formation continue, Veolia Water, 2005.

Sites Internet pour :

- OFPPT : www.ofppt.org.ma
- GAMU: www.fst.ac.ma/gamu/index.htm
- IAV: www.iav.ac.ma
- Ecole Mohamedia : www.emi.ac.ma
- ENIM : www.enim.ac.ma

Bibliographie

Abdourabi, M. Bourqia, R. & Mokhtari, A. « La participation des femmes au secteur des TIC au Maroc : vers une e-parité », UNIFEM & Université Hassan II Mohammedia, Juillet 2005.

Camdessus M., Badré B., Chéret I. & Ténière-Buchot P.-F. Eau, Paris : éditions Robert Laffont, 2004.

Chaker, A. « Féminin Masculin, la marche vers l'égalité au Maroc 1993-2003 », Fès : l'université Sidi Mohammed Ben Abdallah, 2004.

Combe, J. La condition féminine au Maroc, Paris : l'Harmattan, 2001.

Lagarde, D. « Le Maroc dresse l'inventaire », L'Express, 10 novembre 2005.

FAO : « Les femmes, l'agriculture et le développement rural », Fiche documentaire 1996.

Lyonnaise des Eaux : « Rapport annuel 2004 », Paris : Direction de la Communication, 2005.

Mintzberg, H. Le management : voyage au centre des organisations, Paris : les éditions d'organisation, 1989.

ONEM : « Rapport sur l'Etat de l'Environnement du Maroc », 2001.

Ouhdoud, L. « Le Royaume reçoit le prix onusien des comités nationaux de l'Année internationale du microcrédit », Le Matin, 8 novembre 2005.

Rapport Unesco, « Compte rendu, rencontre internationale des chaires UNESCO pour la création d'un réseau Femmes, science, technologie et eau », Cannes : juillet 2005.

Roque, M.-A. La société civile au Maroc, Institut européen de la Méditerranée : Editions Publisud, 2004.

Royaume du Maroc, Département de la prévision économique et du plan, Direction de la planification : « Rapport national relatif aux objectifs du Millénaire pour le Développement. Note méthodologique pour l'élaboration du rapport », Rabat 2002.

Site Internet
www.aedev.org
www.minenv.gov
www.mincom.gov.ma/french/minister/gouvernement.htm

d. Présentation de Eau de Paris à partir de l'analyse qualitative de ses supports

Eau de Paris assure la production et le transport de l'eau potable pour répondre aux besoins quotidiens des Parisiens, des industriels et des services municipaux de la capitale. Elle produit l'eau potable parisienne à partir de 94 points de prélèvements à l'Ouest de Paris et gère trois usines de production d'eau potable. Elle assure également le transport de l'eau jusqu'aux cinq grands réservoirs d'eau situés aux portes de Paris. A partir de ces réservoirs interviennent les deux entreprises de distribution de l'eau (Eau et Force de SUEZ pour la rive gauche et Eaux de Paris de Veolia pour la rive droite) en charge d'acheminer l'eau jusqu'aux habitants et de procéder à la facturation du service.

L'activité d'Eau de Paris est contrôlée par le Ministère de la Santé pour assurer la qualité de l'eau. C'est le Centre de Recherche, d'Expertise et de Contrôle des Eaux de Paris (CRECEP) qui s'assure des contrôles sanitaires de l'eau produite par la société. Les eaux usées parisiennes quant à elles sont collectées par le Service d'Assainissement de Paris et sont épurées par le SIAAP, le Syndicat Interdépartemental d'Assainissement de l'Agglomération de Paris.

EdP est liée à la Ville de Paris par un contrat de délégation de service public sous forme de concession pour une durée de 25 ans. En tant que telle, Eau de Paris a une mission de service public. Elle est gérée par un Conseil d'Administration qui représente la Ville de Paris composé de 10 administrateurs dont sept sont des conseillers municipaux et trois représentent le secteur privé. La Présidente Directrice Générale est Anne Le Strat, conseillère de Paris et élue du 18ème arrondissement. Jeune et dynamique figure de l'eau, elle a réussi à imposer l'identité de Eau de Paris et à garantir l'extension de ses activités autour de trois axes de communication stratégique et caractéristique d'une communication de service public. Le premier axe est à ce titre, « assurer la qualité du service public » qui suppose de garantir la livraison de l'eau de Paris tout en maîtrisant les coûts, le prix de l'eau et la mise en valeur du patrimoine géré. Le deuxième axe est l'engagement de EdP pour le Développement Soutenable. Le choix du terme de la direction est volontaire, il se décline à travers les trois axes traditionnels du Développement Durable et d'une notion de gouvernance. L'entreprise EdP définit alors son engagement en tant que

> « entreprise responsable, Eau de Paris souhaite favoriser un développement à la fois environnemental, économique, social et citoyen qui satisfasse les besoins actuels des populations tout en préservant les capacités des générations futures »[29].

Cet engagement se décline à travers la volonté de préserver l'environnement, affirmer les pratiques citoyennes des employés d'EdP et développer la citoyenneté d'entreprise ; son slogan de 2007 pour une « eau de qualité, économique, écologique et équilibrée pour tous » illustre cette démarche.

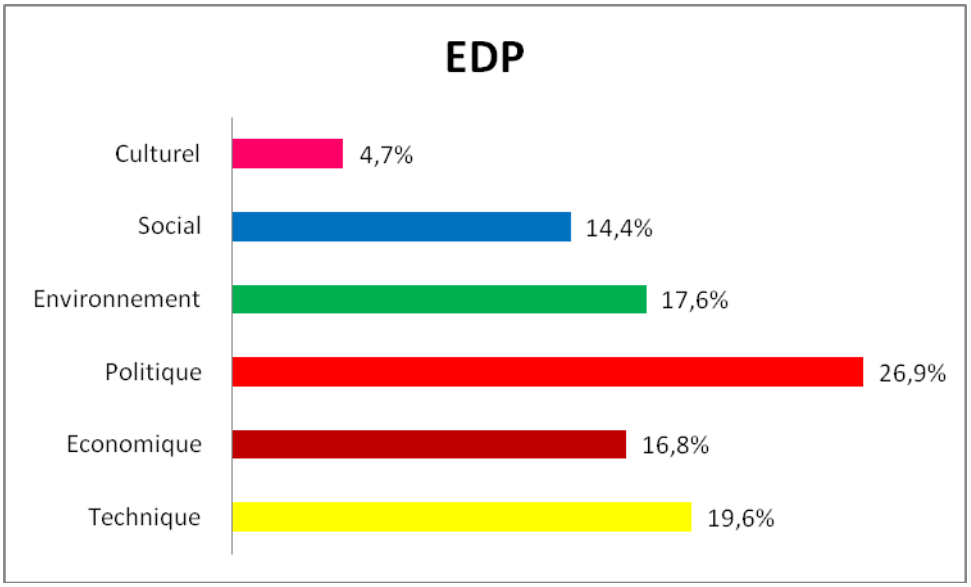
Le troisième axe est affirmer l'identité de Eau de Paris. Cette entreprise est longtemps restée inconnue des Parisiens. Productrice de l'eau, elle n'apparaît pas sur les factures d'eau délivrées par les distributeurs. A partir de 2001, avec son changement de statut, EdP développe des activités pour se faire connaître du grand public. Une des actions phares de l'entreprise a été la distribution de carafes aux Parisiens au cours de la Journée Mondiale de l'Eau. Cette opération médiatique a permis l'introduction de l'entreprise dans le paysage des acteurs de l'eau à Paris. Cette idée a ensuite été reprise par les distributeurs Lyonnaise des Eaux et Générale des Eaux.

La campagne pour la promotion de l'eau du robinet ou encore, le débat sur la délégation du service de l'eau à Paris a permis à EdP de tenir son objectif, affirmer son identité aux yeux du public. Elle poursuit ses actions en multipliant les campagnes d'information à travers la création d'un Pavillon de l'eau, des

[29] www.eaudeparis.fr, juin 2008.

rencontres et enquêtes sur la qualité de l'eau et en enrichissant son site Internet marqué par de nouvelles pages sur la qualité de l'eau, la publication en ligne de ses Rapports Annuels en ligne en 2008. En 2007, l'affirmation de l'identité n'est plus un objectif, il a bien été atteint et l'entreprise s'affirme désormais par la promotion de l'eau du robinet comme boisson. EdP s'investit à travers ses engagements pour le développement soutenable et les différentes certifications qu'elle a obtenu. Elle a reçu en 2007, la triple certification « qualité, environnement et sécurité » décernée par AFAQ/AFNOR.

e. Résultats quantitatifs



9. PSEAU ET ALMAE : ASSOCIATION LOCALE, RESEAUX INTERNATIONAUX

a. Présentation du psEAU

Le Programme Solidarité Eau est une association dont le conseil d'administration rassemble des représentants de collectivités locales, d'organismes professionnels de l'eau dont les sociétés distributrices du service de l'eau, des centres de recherches, des associations de solidarité internationale comme les ONG et les pouvoirs publics. Ses actions ont pour objectif de développer les initiatives internationales centrées sur la problématique de l'eau. Pour cela, le pS-Eau opère à travers deux programmes ciblés sur deux régions, la Méditerranée et le bassin du fleuve Sénégal. Il agit également autour de trois thèmes clés qui sont « Eau potable et assainissement dans les quartiers périurbains et les petits centres », « Migration, développement et initiatives économiques » et enfin, « Genre et eau ». Ses actions se concrétisent notamment à travers des activités d'échanges, de l'information par le déploiement de différents outils comme Internet, des lettres d'information et des publications. Notons également que le pS-Eau participe et intervient au cours de nombreuses conférences ou élabore des rapports de synthèse sur ses thèmes d'expertise. Il peut être amené à collaborer avec différents types d'acteurs notamment privé, associatif ou public.

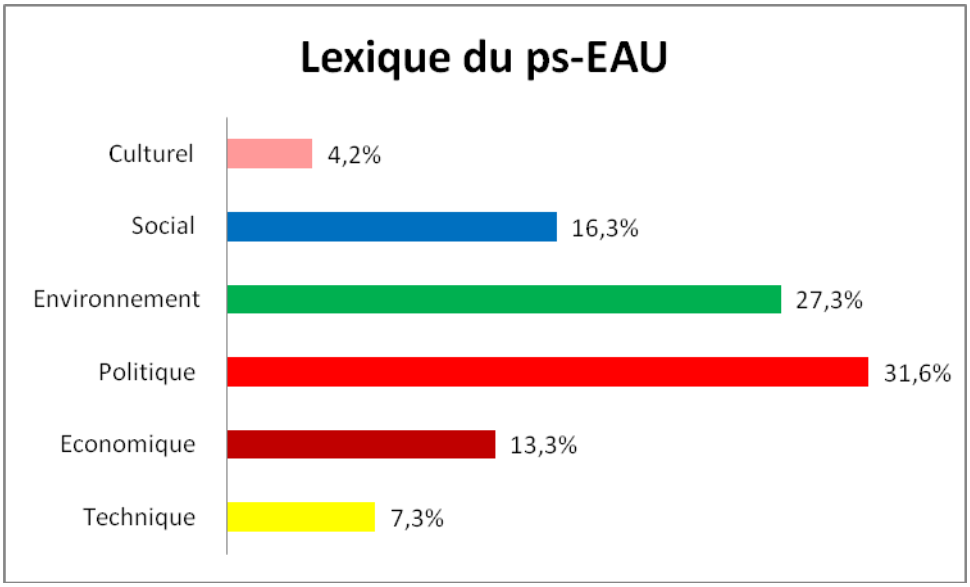
Le pS-Eau est une organisation qui tente à la fois de regrouper différents groupements d'intérêts autour d'un objectif commun dont il va défendre les principes et déclinaisons concrètes et à la fois, d'amener chacun des acteurs à partager leurs expériences pour adapter au mieux les principes d'action à la réalité de terrain. Rappelons que chaque adhérent du pS-Eau accepte de respecter une Charte dont les 13 engagements insistent notamment sur l'échange d'informations, d'expériences et résultats obtenus.

Le pS-Eau fait l'objet d'évaluation afin d'établir s'il répond à ses objectifs « d'animation de la coopération non gouvernementale et décentralisée dans le domaine de l'eau »[30]. Ce rapport mesure à titre d'exemple sa contribution du pS-Eau aux Objectifs du Nouveau Millénaire et au bon fonctionnement du secteur de l'eau et de l'assainissement à un niveau international. Ce *Rapport Evaluation 2000-2004 du Programme Solidarité Eau* rappelle à ce titre le statut particulier du pS-Eau qui n'est pas d'agir sur le terrain, mais de faciliter les actions sur le terrain. Il est à la fois lieu de la réflexion pour offrir les meilleures solutions au terrain et lieu tendant vers la concrétisation des actions qu'il préconise.

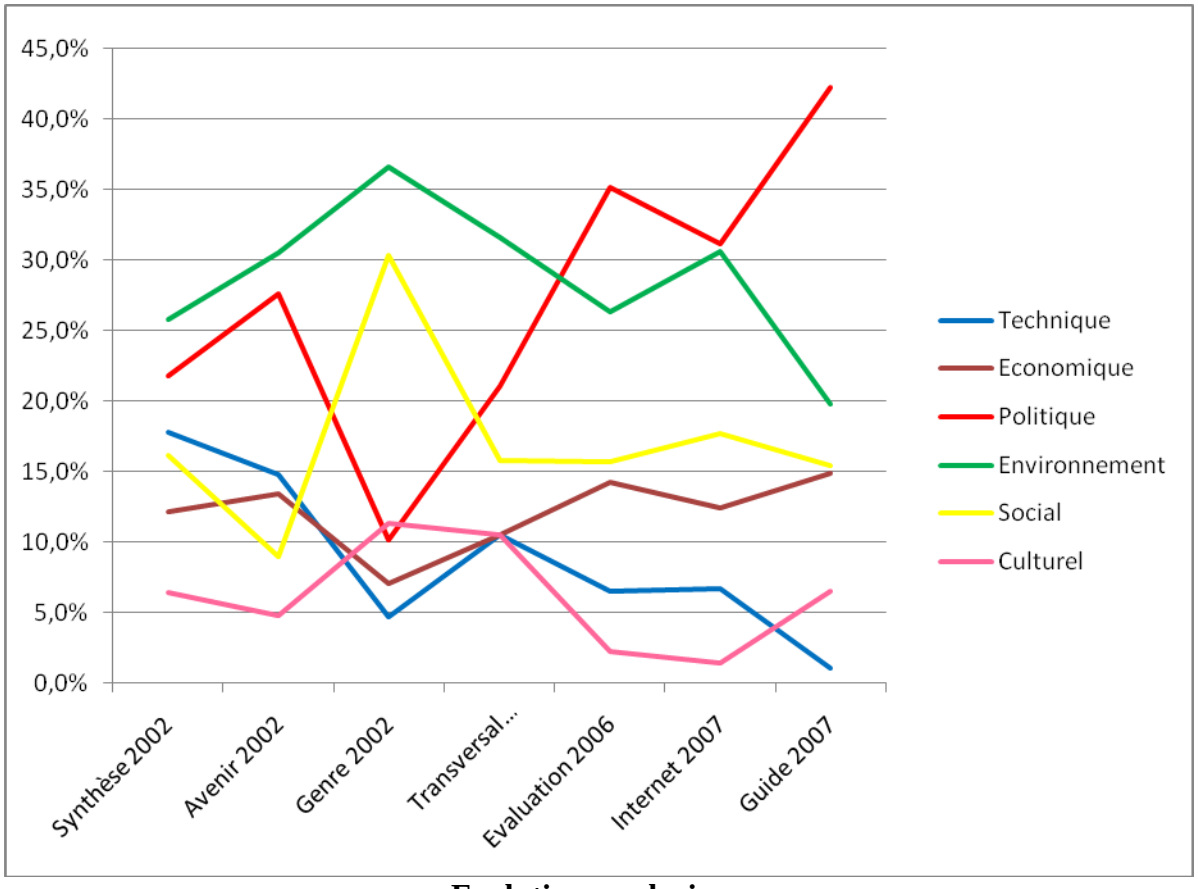
> « Le pS-Eau est un lieu neutre de concertation, de rapprochement entre les opérateurs, d'appui/conseil et de renforcement des capacités dans le domaine de l'eau. Il s'attache à apporter une réponse à l'ensemble des sollicitations qui lui sont faites et cela quelle qu'en soit l'ampleur. Pour conserver ce caractère de neutralité, le pS-Eau n'a pas vocation à financer ou conduire de projets sur le terrain. »[31]

[30] Rapport « Evaluation 2000-2004 du Programme Solidarité Eau », 2006, p. 13.
[31] Rapport « Evaluation 2000-2004 du Programme Solidarité Eau », 2006, p. 14.

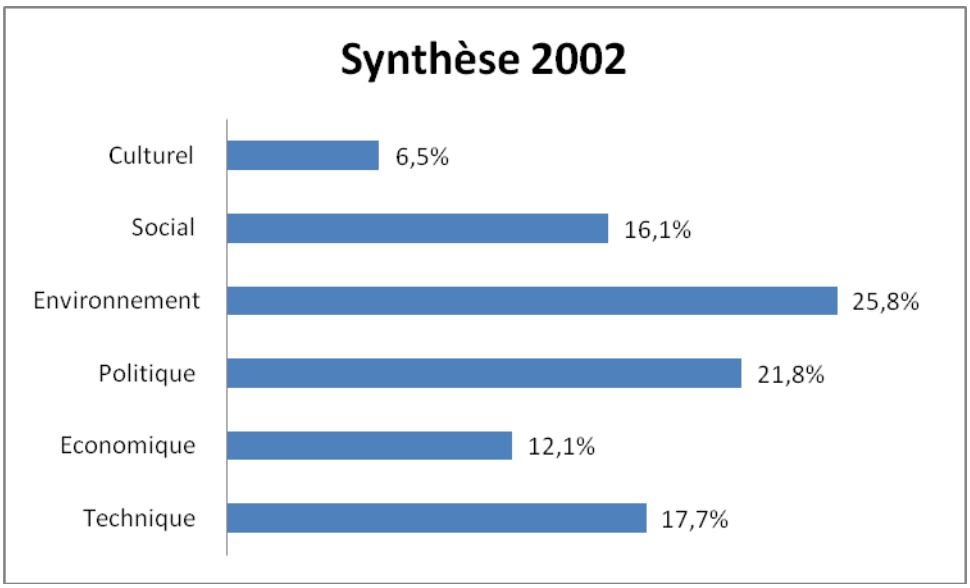
b. Résultats analyse quantitative



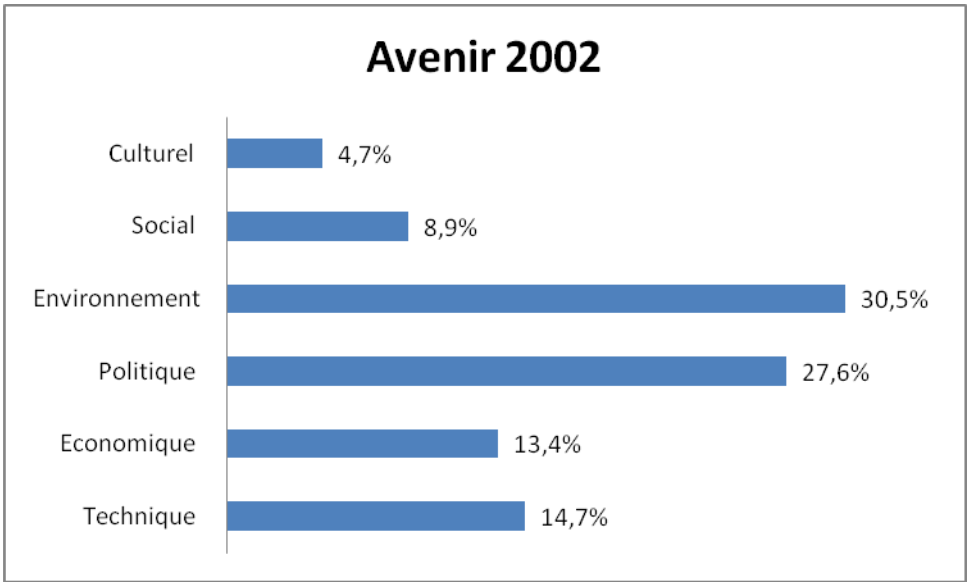
Lexique global ps-Eau



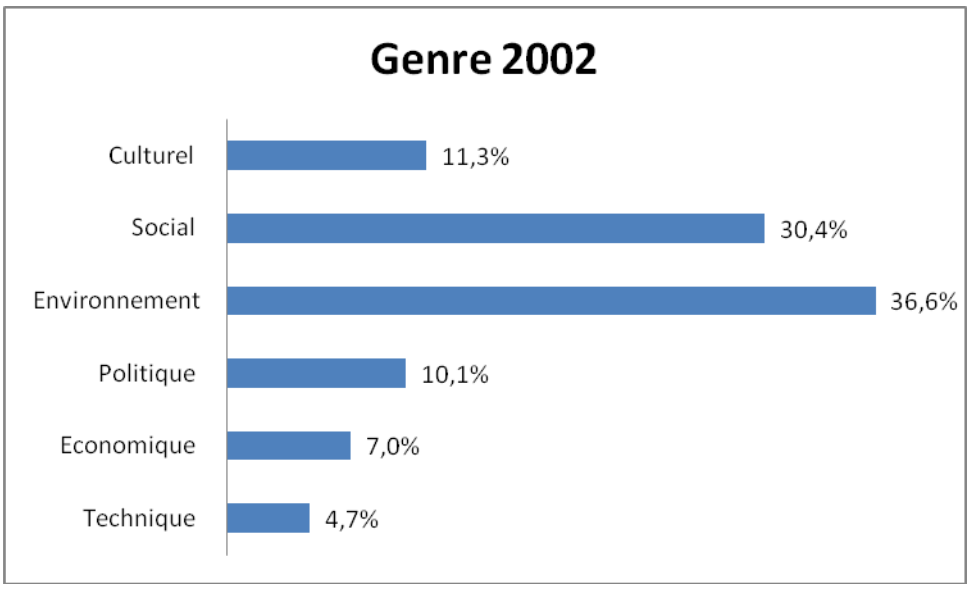
Evolution par lexique



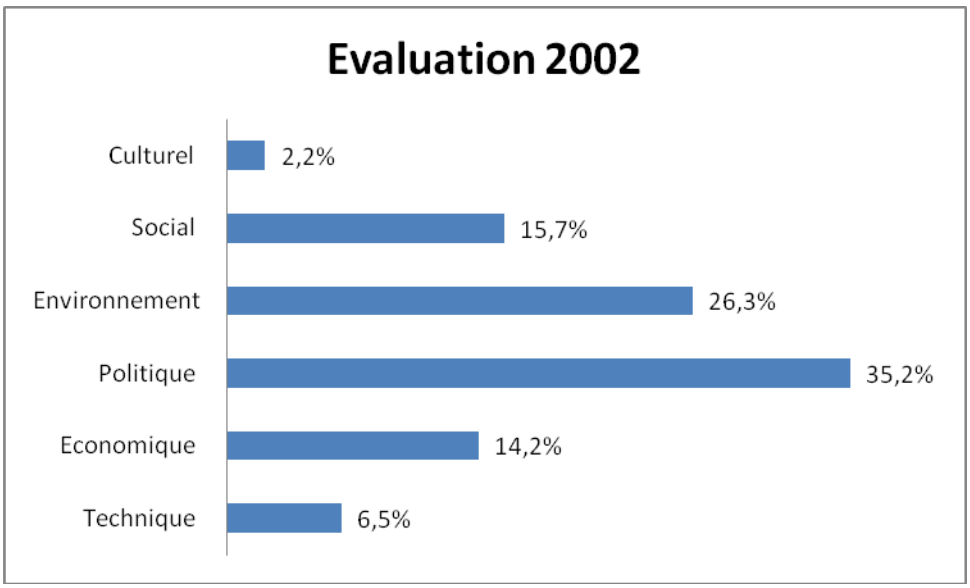
Rapport de synthèse des deux premières phases de la conférence Genre et eau



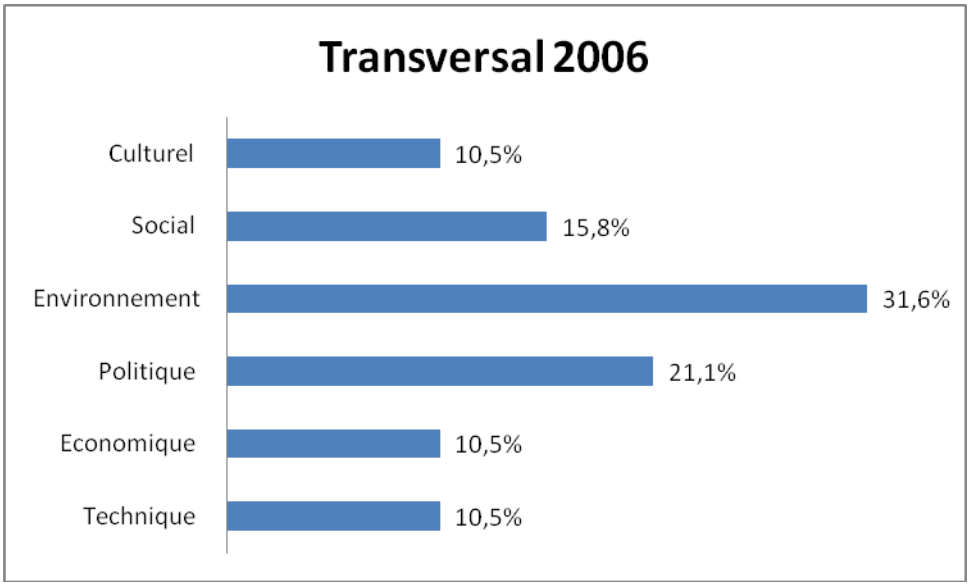
Brochure : « L'eau, un avenir pour tous »



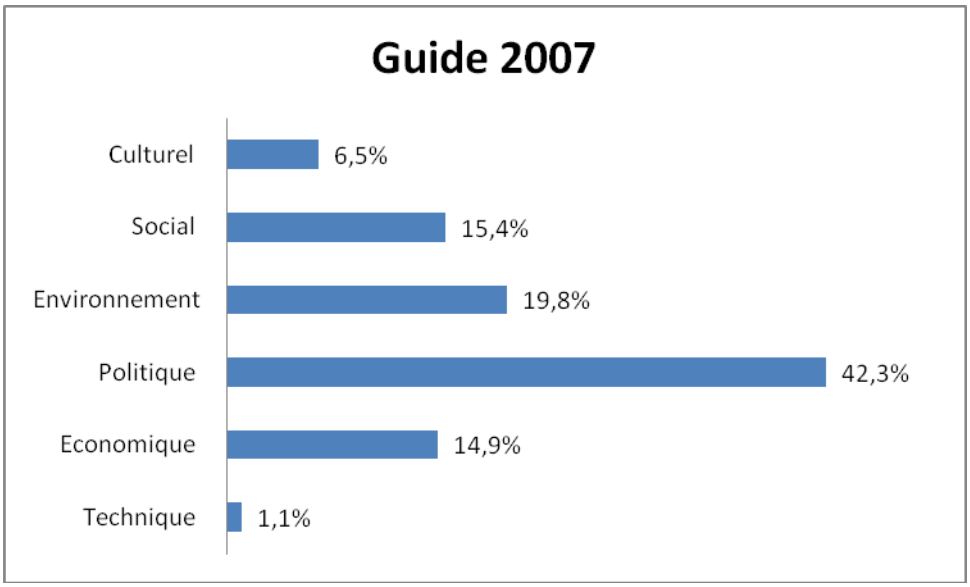
Brochure : « Genre, eau et développement durable.
Expériences de la coopération française en Afrique subsaharienne » avec l'AFD.



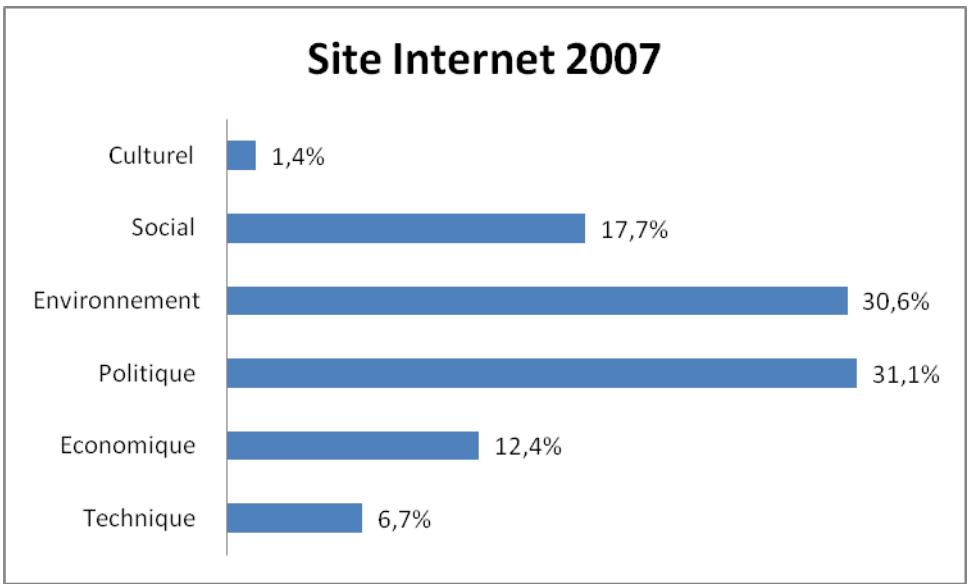
Rapport : « Evaluation 2000-2004 du Programme Solidarité Eau »



« Intégration transversale du genre dans la gestion intégrée des ressources en eau : Le suivi et l'évaluation »



Guide méthodologique :
« La prise en compte du genre dans les projets d'adduction d'eau potable
en milieux rural et semi-urbain », avec l'AFD.



Site Internet : www.pseau.org

c. Observation participante et collaboration avec ALMAE

Note sur le partenariat Eau, Femme et Santé

Exemples d'objectifs menés par ALMAE dans le cadre de son programme, « eau, femmes et santé »

- Diminuer le risque sanitaire pour les femmes de contracter des maladies en relation avec l'eau.
- Renforcer les capacités des femmes dans le domaine de l'hygiène et de la gestion des ressources en eau.
- Faire prendre conscience du rôle des femmes cibles dans leur zone d'influence en terme d'éducation sanitaire et de prévention.
- Réduire les atteintes à l'environnement par les eaux polluées.
- Confirmer que l'accès à des services d'eau et d'assainissement pécuniairement accessibles et la prise de conscience de l'hygiène sont des droits de l'homme fondamentaux.
- Avoir un effet démonstratif en tant que programme d'éducation à l'hygiène.

Ce travail est mené sur le DOUAR BEN ABID, commune de DAR BOUAZZA à 25 km de Casablanca.

Le but est de trouver une action qui permette à ALMAE d'avancer sur son terrain de recherche, à LYDEC et à SUEZ Environnement de bénéficier de cette expertise en lien avec son activité d'accompagnement social et de raccordement aux services fondamentaux de l'eau, l'électricité et l'assainissement.

« ALMAE informera LYDEC et SE du calendrier et de la localisation des actions menées, afin que celles-ci puissent être suivies lorsque nécessaires par le personnel chargé de la concession ainsi que les spécialistes des thèmes « Eau pour tous » et « Eau et santé » au sein de SE. »

Note sur le partenariat Eau, Genre et gouvernance

Objectifs

Une réflexion et un dialogue autour du thème **« Eau, Genre et Gouvernance »** se propose d'aborder l'analyse des politiques menées les dimensions culturelles et sociales, les disparités sociales, spatiales et de genre. L'objectif consiste à identifier les modalités de prise en compte des besoins spécifiques des femmes et des hommes, selon les principes d'équité et d'égalité, dans l'appréhension de la question de l'accès à l'eau et à l'assainissement.

Il s'agit de savoir essentiellement :

- comment assurer une répartition équitable des responsabilités, charges et bénéfices entre les hommes et les femmes, ainsi que leur égale participation au dialogue et à la prise de décision en matière de développement et de gestion durable des ressources en eau.
- comment travailler de manière stratégique et concertée en vue d'améliorer le travail des organisations du secteur de l'eau sur la question du genre et ce, au niveau local, puis étendre la réflexion au niveau global et régional.
- identifier les modalités de renforcement des capacités et du rôle des organisations existantes sur la question du genre.

Organisation d'un atelier

Cet Atelier propose d'échanger sur les questions liées non seulement à l'accès équitable à l'eau et à l'assainissement, mais aussi à la participation au processus de prise de décision en matière de développement et de gestion durable des ressources en eau. Il vise également à chercher les conditions d'une gouvernance effective de l'eau qui implique un système de régulation, des approches et des mécanismes innovants, ainsi que des niveaux de décision à mettre en place à

l'échelle des institutions politiques, de la gestion des entreprises et des projets liés à l'eau où hommes et femmes exercent l'équité et l'égalité.

L'animation sera assurée par des experts nationaux et internationaux et connaîtra la participation des élus, des représentants de partis politiques, des médias, des universités, des chercheurs, des représentants d'organismes publics et privés, des cadres et techniciens d'ONG travaillant dans les questions liées à l'eau, le genre et la gouvernance.

Rapport

Eau, Genre et Gouvernance, trois mots d'actualité porteurs d'enjeux et de défis pour notre société actuelle.

Dès sa création en 1993, l'ALMAE a centré ses activités autour du droit à l'eau et à l'assainissement et la prise en considération de la personne humaine dans les questions liées à l'eau. Son travail a mis l'accent sur les limites de l'approche techniciste et l'importance de la dimension culturelle, de l'acceptabilité sociale et d'une gestion participative. En partenariat avec la Chaire UNESCO Interdisciplinaire pour une Gestion Durable de l'Eau, SUEZ Environnement et LYDEC, l'Atelier « Eau, Genre et Gouvernance » propose d'échanger les expériences et de débattre sur les défis liés à l'eau, au genre et à la gouvernance.

L'accès à l'eau, défi d'aujourd'hui et de demain

Aujourd'hui, le Maroc doit continuer ses efforts en vue de la généralisation de l'accès à l'eau car les inégalités subsistent en milieu rural et urbain. Depuis 2005, l'Initiative Nationale de Développement Humain initiée par Sa Majesté le Roi Mohammed VI a érigé en priorité nationale la lutte contre l'habitat insalubre et l'exclusion sociale. Parmi ses objectifs, l'accès aux services pour tous est une priorité et une condition nécessaire au développement du Maroc. L'eau en tant que valeur liée à la vie est essentielle pour parvenir à la réduction de la pauvreté. L'eau est également un moyen d'accéder à la citoyenneté en changeant durablement le quotidien des communautés par la garantie d'une meilleure santé, d'un cadre de vie plus agréable et respectable, etc.

L'accès à l'eau à la lumière de l'approche genre

Portée par les changements récents sociétaux, l'approche genre s'est imposée, au cours des dix dernières années, comme un outil théorique et d'accompagnement des projets de développement efficace et pertinent. La signature du CEDAW en 1979 a fourni un cadre de référence pour la revendication de l'égalité entre les hommes et les femmes et pour lutter contre les discriminations fondées sur le sexe. La Conférence Mondiale sur les Femmes de Pékin en 1995 a acté l'importance des rôles des femmes dans le développement et le Développement Durable affirmant l'utilité de l'approche genre pour promouvoir un progrès fondé sur l'égale répartition des pouvoirs et des prises de décision. La Déclaration du Millénaire en 2000 a confirmé le lien entre développement économique, social et humain et l'égalité des sexes. Elle offre ainsi l'opportunité d'un renforcement des capacités des femmes par leur implication en tant qu'acteurs du développement et non pas seulement en tant que sujets.

Dans ce contexte international, poussé par la mobilisation des ONG de femmes à la fin des années 80 conjuguée à une volonté politique, le Maroc a ouvert des chantiers de réforme des lois en faveur de l'égalité des sexes comme l'adoption du nouveau Code de la famille (2004), du Code du travail (2004), du Code des procédures pénales (2003 et 2002), du Livret de famille (2002), ainsi que le Code du Commerce, des Obligations et des Contrats (1995). Ces modifications législatives témoignent d'une évolution favorable pour améliorer la situation des hommes et des femmes au niveau national et international.

En matière d'accès à l'eau, l'approche genre révèle les efforts à fournir pour atteindre les Objectifs du Nouveau Millénaire. Au Maroc, les femmes, particulièrement les femmes rurales, sont les premières touchées par la pauvreté, l'analphabétisme et par les insuffisances des services de base et liés à la santé. Elles sont en même temps responsables de la corvée d'eau qui les obligent à

transporter, gérer ou stocker l'eau pour le foyer consacrant jusqu'à deux heures par jour pour garantir l'approvisionnement en eau de leur famille. Les filles rurales ne sont scolarisées qu'à 48% et la plupart abandonnent très vite leur scolarité.

L'accessibilité aux services de base, dont l'eau et l'assainissement constitue le point névralgique est un vecteur essentiel de développement. L'accès à l'eau potable et ses implications en matières de santé, d'hygiène, d'éducation et d'environnement constitue un défi majeur pour le développement humain durable. Cette question est d'autant plus sensible dans le milieu rural et dans l'habitat insalubre où l'étroite interdépendance entre la question de l'accessibilité à l'eau et l'assainissement et les autres composantes de la vie sociale et communautaire met en évidence son importance dans le devenir des autres composantes de développement.

Plusieurs indicateurs renseignent sur cette problématique et nous interpellent :

- Absence de mécanismes de concertation lors de la conception et la mise en œuvre avec les populations et leurs représentants en général et des femmes en particulier.
- Absence de données sexo-spécifiques sur les populations et leurs caractéristiques ;
- Absence d'études et de diagnostics sur le contexte susceptibles de favoriser la connaissance et la pertinence des programmes et des interventions.
- Peu ou pas de pratiques institutionnelles de participation qui associent formellement les structures communautaires infra communales (assemblées de douar) et le mouvement associatif au processus de préparation et de mise en oeuvre du plan et du budget de la collectivité locale.
- Pas de consultation des groupements communautaires et associations dans la planification et à la mise en oeuvre d'activités.

L'approche genre permet de mieux comprendre les besoins des hommes et des femmes en matière d'accès à l'eau et à l'assainissement. Elle témoigne également d'une participation des femmes qui pose la question de leur contribution aux projets d'accès à l'eau, de gouvernance et d'implication des acteurs. Elle s'inscrit dans un débat plus large sur l'équité et l'égalité qui requiert du temps et une forte volonté politique pour apporter les changements nécessaires aussi bien sur le terrain qu'au niveau politique.

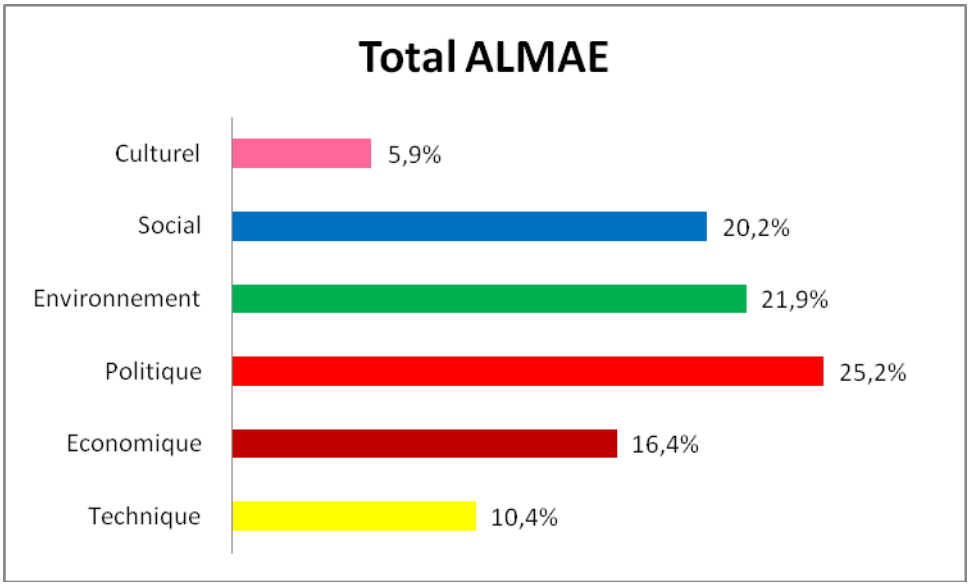
A cet égard, les femmes témoignent généralement d'une vraie demande vis-à-vis de l'amélioration de l'approvisionnement en eau et de l'assainissement attestant que le manque d'attention portée à leur demande est en partie responsable des échecs parfois rencontrés dans la mise en œuvre de certains projets.

L'accès à l'eau, une question de gouvernance et de genre

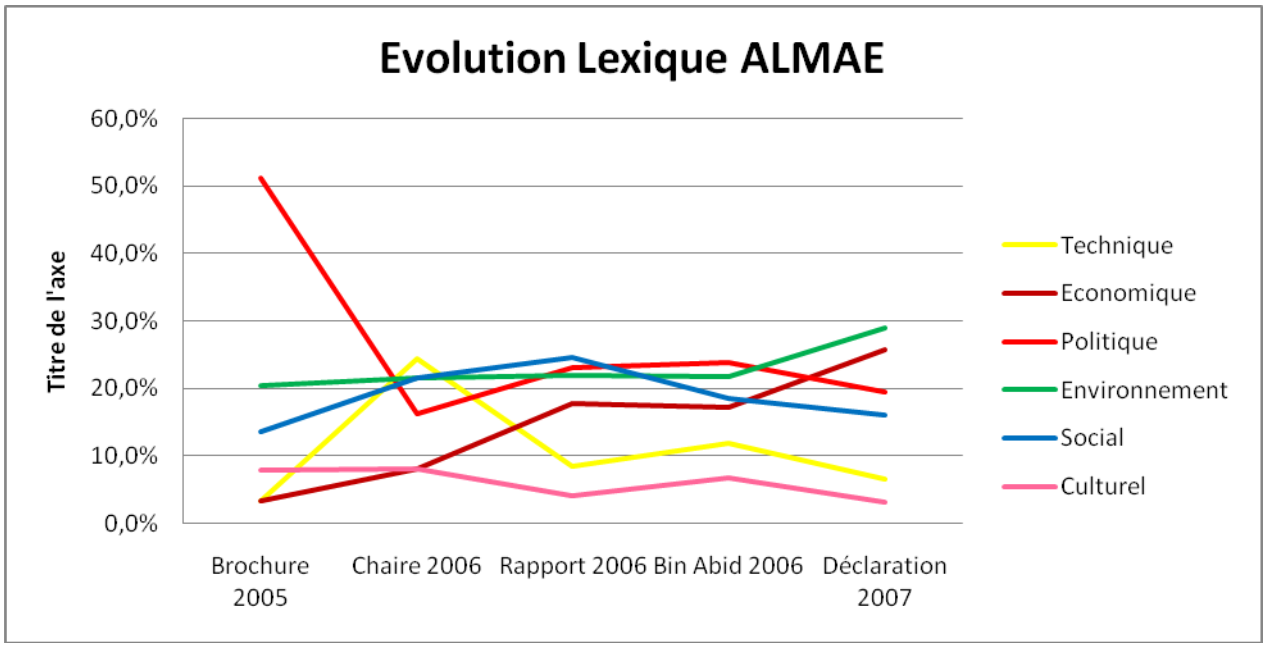
La gouvernance est un concept large qui implique la présence équitable des acteurs. Le Programme des Nations Unies pour le Développement retient que « *la gouvernance peut être considérée comme l'exercice des pouvoirs économique, politique et administratif pour gérer les affaires des pays à tous les niveaux. Il comprend les mécanismes, procédés et institutions par lesquels les citoyens et les groupes articulent leurs intérêts, exercent leurs droits légaux, remplissent leurs obligations et gèrent leurs différences. La bonne gouvernance est, parmi d'autres choses, participative, transparente et responsable. Elle est aussi efficace et équitable. Et elle fait la promotion du cadre de la loi. La bonne gouvernance assure que les priorités politiques, sociales et économiques sont fondées sur un large consensus dans la société et que les voix des plus pauvres et des plus vulnérables sont au cœur du processus de décision sur l'allocation des ressources pour le développement.* »

Promouvoir une meilleure gouvernance de l'eau appelle à une plus grande implication des hommes et des femmes, ainsi qu'au renforcement de leur capacité d'intervention en matière de développement et de gestion durable des ressources en eau.

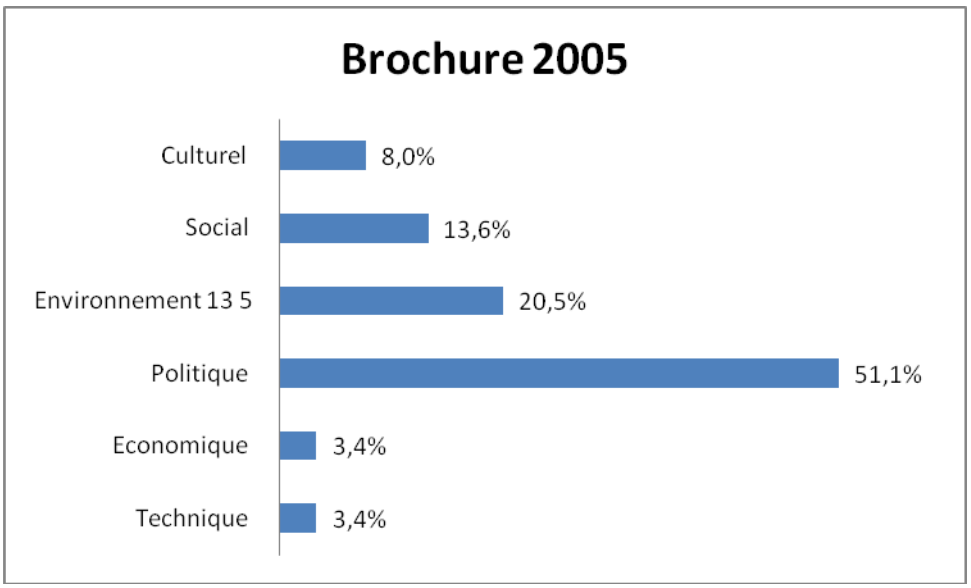
d. Résultats analyse quantitative



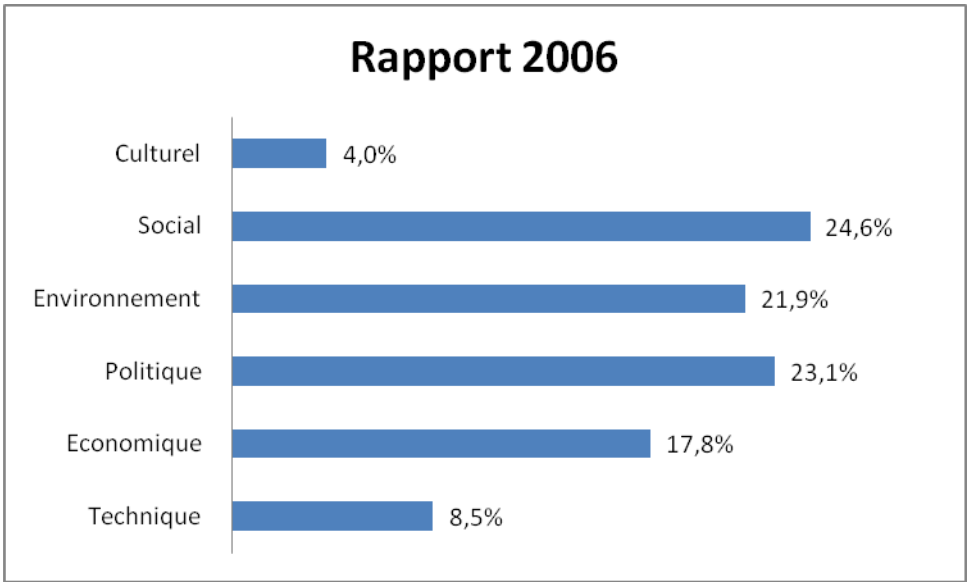
Résultats Lexique ALMAE



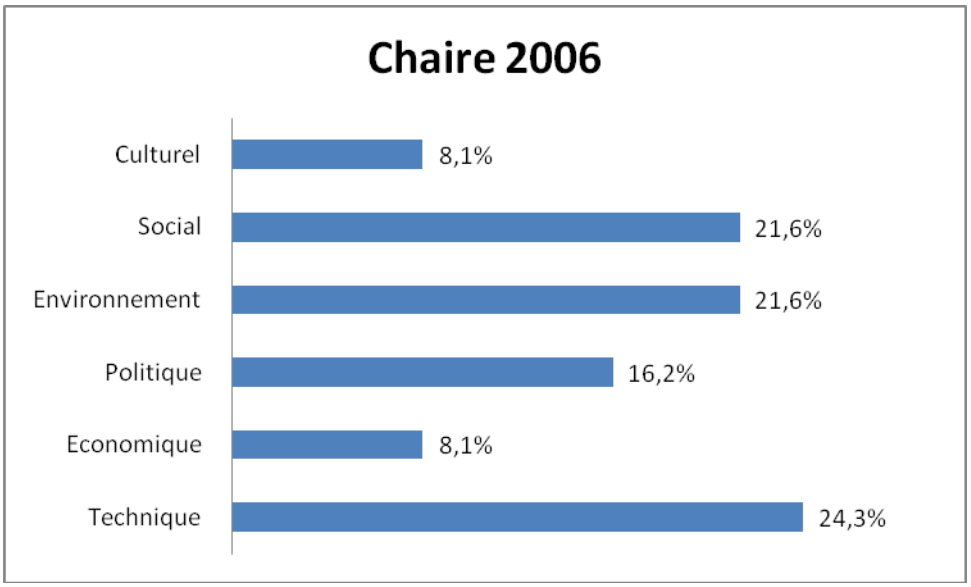
Evolution du Lexique d'ALMAE



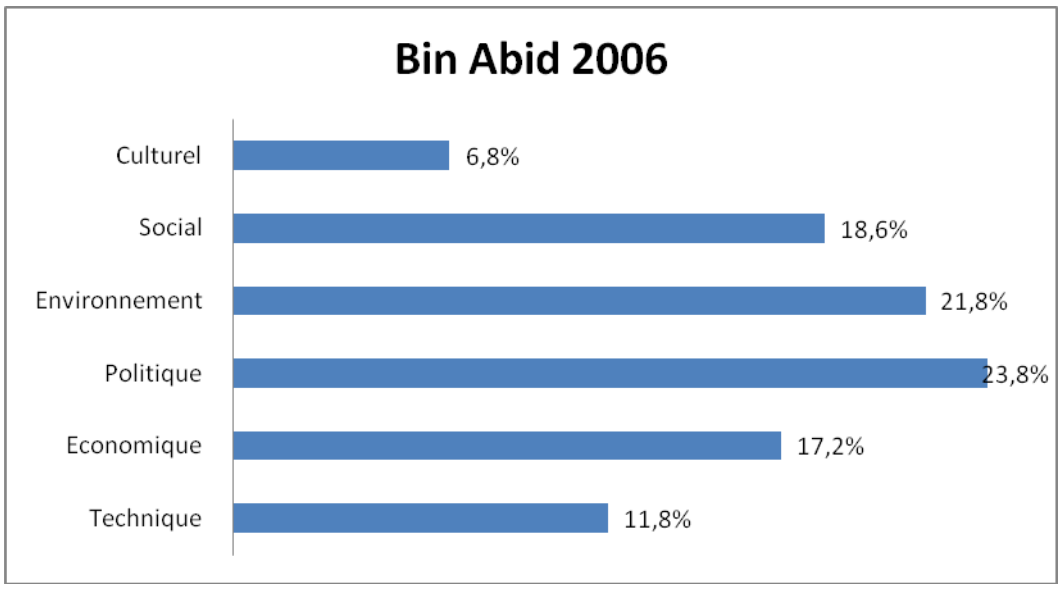
Brochure : « Projet : Eau, Femmes et Santé ».



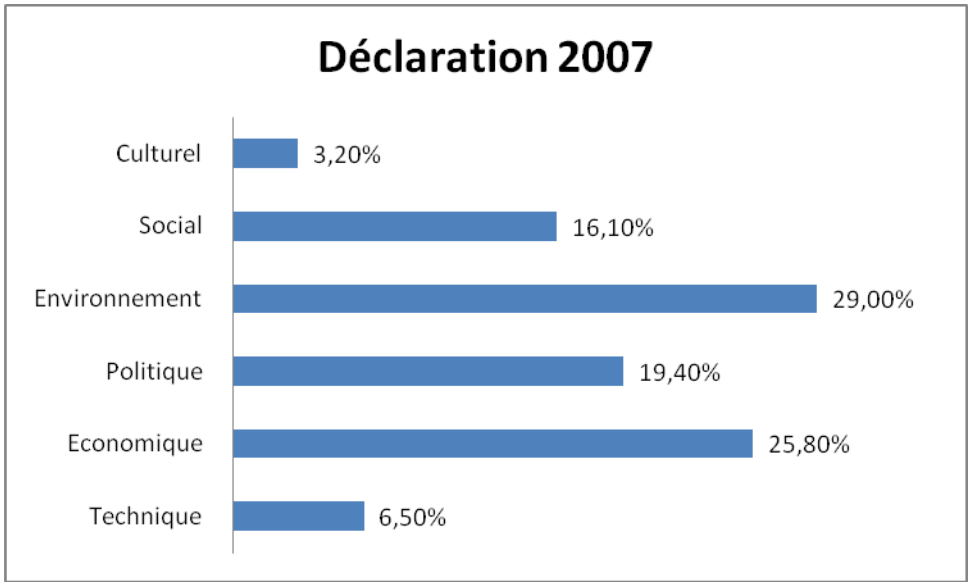
Rapport : « Contribution au Rapport relatif à l'effectivité du droit à l'eau »



Dépliant : « Chaire UNESCO Interdisciplinaire pour une gestion durable de l'eau »



Rapport : « Projet au profit de Bin Abid »



Déclaration : « L'eau, une gouvernance locale »

10. SUEZ, SUEZ ENVIRONNEMENT, LYONNAISE DES EAUX ET LYDEC : GROUPE INTERNATIONAL IMPLANTE LOCALEMENT

Ces éléments d'analyse sont issus de l'analyse quantitative et qualitative du corpus qui regroupe des publications de 1997 à 2007 des quatre entités SUEZ, SUEZ Environnement, LYDEC et LYONNAISE DES EAUX.

Ce chapitre et la constitution du corpus sont basés **sur trois ans d'expérience professionnelle** réalisée pendant 16 mois à Lyonnaise des Eaux à Paris et 18 mois à LYDEC à Casablanca. Au cours de ces trois années, nous avons exercé une activité professionnelle au sein des départements de Communication. Cette fonction a permis de collecter l'information relative au secteur de l'eau, de créer des contacts avec différents acteurs de l'eau travaillant avec Lyonnaise des Eaux et LYDEC et de collecter le corpus. Nous avons surtout pu réaliser deux études de terrain pour observer la mise en pratique des discours et programmes présentés dans les différents supports de communication de l'entreprise et par les différents dirigeants de l'organisation.

- A Lyonnaise des Eaux, nous avons exercé une fonction au sein de la DIRECTION DE LA COMMUNICATION notamment à travers les relations presse et l'organisation d'événements pour le partenariat sur la pêche (Trophées HALIEUTICA) et au cours de la Semaine du Développement Durable pour l'opération « Les Chemins de l'eau ». Nous avons participé à l'organisation de salons comme le Salon des Maires de France et POLLUTEC ou encore, au suivi des activités externes des Centres régionaux de Lyonnaise des Eaux notamment au Cannes Water Symposium où se réunit depuis 2005, le réseau des Chaires UNESCO sur « Eau, Femme, Science et Technologie ». Nous avons aussi contribué au suivi et l'actualisation du site Internet avec en particulier, la réalisation d'un site pédagogique pour enfants.
- A LYDEC, nous avons exercé une fonction au sein de la DIRECTION DE LA COMMUNICATION ET DEVELOPPEMENT DURABLE à 2/3 temps et à la DIRECTION INMAE en charge d'appliquer l'initiative INDH pour LYDEC à 1/3 temps. Pour la communication, nous avons réalisé plusieurs expositions à destination des enfants et du grand public à l'occasion de divers événements internationaux comme la Journée Mondiale de l'Eau ou la Journée Mondiale de l'Environnement, nous avons suivi plusieurs partenariats notamment celui avec ALMAE, le programme PLAGES PROPRES de la Fondation Mohammed VI pour l'Environnement, ESPOD pour l'emploi féminin, avec l'UNIVERSITE HASSAN II. Nous avons réalisé des projets de communication interne et suivi plusieurs événements. Pour le Développement Durable, nous avons contribué à définir la stratégie de Développement Durable et la feuille de route pour LYDEC. Dans ce cadre, nous avons mené la première étude sexo-spécifique de l'entreprise avec la DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES. Pour INMAE, nous avons suivi plusieurs équipes sur le terrain notamment pour l'implantation de l'approche participative et de focus groupes sur les impacts de l'arrivée de l'eau.
- Cette expérience nous a permis d'accomplir 32 entretiens au sein de LYONNAISE DES EAUX, LYDEC, SUEZ Environnement et SUEZ. Nous avons pu réaliser un questionnaire auprès de 7 chargés de communication de LYONNAISE DES EAUX sur le magazine *L'eau et vous*. Nous avons également réalisé l'étude de terrain plusieurs fois par téléphone puis sur place au cours de deux déplacements à Saint-Pol-sur-Mer et à Dunkerque. A LYDEC, nous avons mené une enquête et des focus groupes sur le genre au sein de l'entreprise comme déjà mentionné. Nous avons encadré deux enquêtes clientèle sur le genre ainsi que deux questionnaires réalisés par deux étudiantes sur la santé et les aspects

socio-économiques de l'arrivée de l'eau sur Lamkenssa, l'étude de terrain choisie pour cette thèse. Le partage du temps a permis de mener une activité professionnelle très en cohérence avec les objectifs de la thèse. Nous nous sommes rendus plusieurs fois sur le terrain à Lamkenssa mais aussi à Ouled Saleh et Mejjatia (en milieu rural) pour observer le processus d'accès à l'eau dans d'autres douars.

Nous souhaitons mentionner qu'à la suite de ces deux expériences, nous avons commencé à travailler (et continuons à ce jour) pour le WssTP, la Plateforme Technologique Européenne pour la recherche dans le secteur de l'eau. Cette activité permet de poursuivre une activité en cohérence avec l'expertise acquise au cours de cette thèse en menant des projets et la communication pour les organisations européennes de recherche dans l'eau auprès de la Commission Européenne. Nous suivons en particulier le projet pour le développement de recherche et de technologies pour contribuer à la réalisation des ODM.

a. Histoire d'une multinationale française, SUEZ

L'origine de SUEZ est hollandaise et belge, elle date de 1822 avec la création de la Société Générale des Pays-Bas qui a pour mission de favoriser l'industrie nationale. Elle devient la Société Générale de Belgique avec l'indépendance de la Belgique en 1830. Côté France, la Compagnie Universelle du Canal de Suez est créée par le diplomate Ferdinand de Lesseps en 1858. Sa mission est le financement du célèbre canal en Egypte. Indépendamment de ce grand projet marquant l'histoire de la France et de cette région entre la Méditerranée et la mer Rouge, la Compagnie Lyonnaise des Eaux et de l'éclairage naît en 1880, elle associe les services du gaz, de l'électricité et de l'eau ; sa création est postérieure à celle de la Compagnie Générale des Eaux.

Dès le début du XX^{ème} siècle, les sociétés d'électricité étendent leurs activités nationales à l'échelle internationale en gagnant des contrats en Egypte, Tunisie ou encore, en Thaïlande. Les deux guerres mondiales bouleversent les activités de ces organisations françaises exerçant des prérogatives liées au service public sur des territoires étrangers ; les Etats souhaitent se charger de la distribution de ce type de service. A la sortie de la seconde guerre mondiale, la nationalisation du Canal de SUEZ pousse la Compagnie de Suez à investir dans de nouvelles activités, elle va acquérir une partie du capital de Lyonnaise des Eaux en 1967 et également, se lancer dans la banque, les assurances ou encore les services. Au cours des années soixante-dix, Lyonnaise des Eaux reprend l'activité de SITA afin d'étendre ses activités à la collecte des déchets et de déployer cette activité à l'international. La modification progressive des métiers de distribution de services notamment celui de l'électricité, va conduire à l'explosion du marché international. Sur le secteur de l'énergie, Electrabel est créée en 1990 et les marchés d'électricité s'ouvrent à nouveau à la privatisation permettant l'expansion de la Compagnie dans le secteur de l'électricité.

Dans le secteur de l'eau, le principe de la délégation de service public se développe très rapidement au cours de cette période. Dans les années 90, Lyonnaise des Eaux s'implante en Europe, en Asie et en Amérique du Sud gagnant des contrats symboliques comme Macao, Buenos Aires, Johannesburg ou encore Casablanca. En 1997, la Compagnie de Suez absorbe Lyonnaise créant le Groupe SUEZ Lyonnaise des Eaux. Le Groupe délaisse ses activités de banque, d'assurance et d'immobilier pour se spécialiser dans les métiers de service axés sur deux branches, l'environnement et l'énergie. En 2003, le Groupe devient le Groupe SUEZ se divise en deux branches « énergie » et « environnement ». Il ne connaît pas de modifications majeures jusqu'à la fusion GDF SUEZ de 2008.

En termes de discours, l'arrivée de la notion de Développement Durable, la création du Groupe SUEZ Lyonnaise des Eaux et la « bataille de l'eau » bouleverse la communication du Groupe. A partir des années 90, le Groupe développe des activités sociales engagées en créant la Fondation SUEZ en 1992 placée sous l'égide de la Fondation de France. En 1994, Lyonnaise des Eaux lance Aquasistance destinée à apporter l'expertise de l'organisation dans les régions défavorisées du Globe. A partir de 1997, SUEZ renforce sa position d'acteur responsable. Elle publie deux Chartes, une Charte sur l'éthique et une Charte Sociale Internationale. SUEZ lance également l'Observatoire Social International destiné à garantir les droits des employés, de l'homme sur son lieu de travail et de développer des conditions de travail respectueuses du droit international.

Entre 1999 et 2007, SUEZ adhère à différentes organisations clés en matière de Responsabilité sociale, de Développement Durable ou l'eau comme le World Business Council for Sustainable Development, Global Compact de l'ONU ou le Water Resources Advisory Committee (WRAC). Elle publie une Charte de l'environnement en 2001 ou encore, adhère à la Charte pour la diversité en 2004. Engagée pour le Développement Durable, SUEZ est une organisation qui s'est illustrée à plusieurs titres en matière de RSE, elle publie à ce titre, « 10 ans de Responsabilité sociale », une édition bilan des différentes actions sociales menées par les filiales du Groupe en ciblant l'emploi et la solidarité. Ces éléments constituent des axes intéressants à repérer dans le discours de l'organisation en matière de place et de construction de la visibilité du discours sur l'accès à l'eau pour tous, le Développement Durable et la femme.

b. Rapport d'organisation, de la multinationale aux entités locales

L'histoire de SUEZ montre une croissance par achats successifs de nouvelles entreprises d'un même secteur d'activité ou d'activités liées au métier principal, les services de base. Cet historique de la constitution du Groupe résulte en une organisation de plusieurs entités avec une forte identité. Pour la cohérence et l'identité, la communication du Groupe doit être impulsée par le siège alors que les filiales cherchent à conserver leur statut et indépendance. En matière de discours, cette organisation a un impact visible qui aboutit à une articulation des discours à plusieurs échelles.

Le discours de SUEZ est caractérisé par une volonté globalisante. S'il vise les actionnaires en priorité, il rassemble autour d'un projet commun, des organisations aux histoires, enjeux et priorités différentes. L'engagement autour d'objectifs globaux est un moteur pour développer un sentiment d'appartenance et répondre aux exigences du marché à travers un discours accompagnant les intérêts financiers et économiques de l'entreprise. C'est à partir de 2001 que la visibilité de l'organisation s'affirme en tant que SUEZ après la fusion de SUEZ Lyonnaise des Eaux de 1998 à 2001. En 2001, la suppression du terme Lyonnaise se renforce le lancement de la marque ONDEO qui efface les particularismes des filiales et le nom de SUEZ.

En 2001, le Groupe déploie les ingrédients discursifs de son identité qui sont encore, en 2007, les fondamentaux de l'organisation. SUEZ affirme son identité, ses valeurs, sa mission et son métier qui se résume en une page, d'un clin d'œil.

« **NOTRE MISSION :** « Vous apporter l'essentiel de la vie »

- **NOTRE METIER :** « Imaginer, concevoir, mettre en œuvre et exploiter des systèmes et des réseaux dans les domaines de l'énergie, l'eau, la propreté et la communication[*]. »

[*] L'activité « communication » est terminée en 2002.

- **NOTRE IDENTITE:** « Un Groupe mondial de services, acteur du développement durable, qui offre des solutions globales dans l'environnement et l'énergie, pour les entreprises, les particuliers et les collectivités. »
- **LES VALEURS DE SUEZ :** le professionnalisme, le partenariat, l'esprit d'équipe, la création de valeur, le respect de l'environnement et l'éthique. »[32]

Cette visibilité résumée autour de concepts clés permet de saisir directement les objectifs du Groupe et de regrouper autour de grands principes que chaque entité doit suivre. Chaque filiale reste libre de cibler ses dossiers prioritaires en fonction des grandes lignes du discours de SUEZ. Le Groupe s'affirme autour de principes clés qui permettent de repérer et orienter les choix des filiales. Au niveau national et local, les entités restent indépendantes. En 2003, SUEZ Environnement obtient son statut propre de filiale et déploie peu à peu, son discours.

Le discours de SUEZ Environnement est particulièrement axé sur l'innovation et de la recherche puis du Développement Durable. La filiale n'émet de Rapport annuel à proprement parlé en tant qu'entité dépendante de SUEZ, elle a pour rôle d'aider le Groupe SUEZ à fédérer l'ensemble des filiales « eau » et « déchets » du Groupe. Elle compte les marques comme SITA, Degrémont, Lyonnaise des Eaux ou Ondéo. Comme SUEZ, SUEZ Environnement a le devoir de regrouper, rassembler à travers un discours englobant où chaque entité doit se retrouver et pouvoir affirmer son identité. Son discours est marqué par des thèmes où les actions de ces marques sont montrées comme exemples de réussite.

Au niveau national et local est retrouvé une forte implantation des entités nationales gestionnaires des services de l'eau, l'assainissement et des déchets. Par exemple, Lyonnaise des Eaux est organisée en réseau de 30 centres régionaux et 120 agences clientèle. Cette distribution garantit la proximité du service, elle répond à un découpage historique où certaines régions ont leurs propres sociétés distributrices que Lyonnaise a racheté. Il s'agit des sociétés comme la SDEI, la Société des Eaux du Nord, la Société des Eaux de Calais, etc. Toutes ont une existence locale affirmée que le public et les élus connaissent sous leur nom d'origine. Si elles sont bien intégrées à Lyonnaise des Eaux, il existe toujours une dualité entre conserver ce nom historique ou le remplacer progressivement au profit de Lyonnaise des Eaux. Pour SUEZ, l'enjeu est d'apparaître à travers ces entités en instaurant une logique de Groupe.

Dans cet espace, le discours de Groupe SUEZ dépasse les échelles géographiques pour s'affirmer sur ces sujets clés que les entités locales vont nourrir. La logique discursive est d'articuler le local vers l'international et inversement. Le discours se place entre identité de Groupe et identité des filiales où ces dernières existent comme marques à part entière. Le discours de SUEZ cite et utilise leur logo pour conserver le caractère local de ses entités et montrer son implantation sur le terrain.

Le discours de SUEZ est celui d'un Groupe à donner de grandes orientations et des thèmes d'engagement que les filiales vont suivre afin d'affirmer leur appartenance à un Groupe mondial et à un territoire local. Cette affiliation va dépendre du contexte, de la participation financière dans la filiale et enfin, de l'image médiatique de SUEZ dans le pays en question. Par exemple, à LYDEC, le Groupe SUEZ détient 51% des parts de la société et dans un contexte où la municipalité souhaite garder le contrôle sur les orientations stratégiques de la filiale du Groupe, l'affiliation est donc peu valorisée. Dans le discours, le bénéfice de l'appartenance au Groupe est mis en avant pour l'apport de savoir-faire et l'engagement pour le

[32] Rapport d'activité et de développement durable SUEZ, 2001-2002, p. 5.

Développement Durable de la région de Casablanca. L'absence de rappel sur le logo de l'appartenance à SUEZ souligne cette différenciation voulue par l'organisation en accord avec la ville de Casablanca.
Le discours dépend d'un rapport d'organisation, un rapport historique où le Groupe s'est constitué au fil du temps et des fusions. L'envergure internationale de SUEZ l'oblige à articuler plusieurs échelles dans une visée de discursivité cohérente afin de garantir la bonne image du Groupe. L'échelle internationale a donc la double fonction de rassembler, regrouper et préserver le statut local et national de ses implantations. Cette logique correspond à l'étude de ce travail de thèse. Il convient de présenter les deux échelles nationales en France et au Maroc avant de rappeler les contraintes et cadres discursifs nés de l'activité de gestion d'un bien commun.

c. Présentation de Lyonnaise des Eaux

Lyonnaise des Eaux est une entreprise délivrant un service : la distribution d'eau via une activité d'industriels (traitement d'usines) et assurant la collecte et la dépollution des eaux usées et pluviales. Elle doit faire face à une pression médiatique de plus en plus forte du fait d'une prise de conscience grandissante des enjeux liés à l'eau et d'une demande d'information du grand public. Dans un contexte fortement concurrentiel et localisé, l'activité de distribution d'eau est dépendante de contrats signés avec les collectivités locales dans un secteur où l'opacité du fonctionnement et la multitude d'acteurs liées aux services de l'eau compliquent la communication. Surtout, Lyonnaise des Eaux exerce une activité liée au service public et à l'environnement, une double exigence qui l'oblige à un positionnement de discours engageant sa Responsabilité Sociale Economique et la préoccupation du Développement Durable. Cette politique est nourrie d'exemples et de réalisations concrètes, elle privilégie une connaissance inscrite dans logique de proximité. L'image institutionnelle devient le garant de l'activité et de l'action locale.
La présence régionale voire locale de Lyonnaise des Eaux est manifestée par l'imprégnation des filiales de Lyonnaise des Eaux, ce qui explique l'absence d'uniformisation qui pourrait être considérée comme une étape nécessaire aujourd'hui. Au contraire, la personnalité des filiales de Lyonnaise des Eaux explique une communication basée sur le principe de proximité et des relations médias émises par les centres régionaux. Parallèlement, le nom Lyonnaise des Eaux s'est effacé de la communication du groupe international SUEZ. Le groupe, doté désormais d'une entité lointaine de Lyonnaise des Eaux, s'érige sur des valeurs propres (« Vous apporter l'essentiel de la vie ») et sur une figure clé médiatique, Gérard Mestrallet.
Entre deux niveaux de communication, proximité et national, Lyonnaise des Eaux détient une image forte de par son histoire et ses relations avec le milieu politique. Sa communication nationale vise à dégager une visibilité grand public de plus en plus nécessaire dans un contexte où un distributeur d'eau tel que Lyonnaise des Eaux doit tenir une position forte pour répondre aux enjeux de l'eau et de Développement Durable. Cette cohérence nationale va se manifester par des partenariats et des actions locales mais coordonnées par le siège. Ces actions permettent à Lyonnaise des Eaux de sensibiliser pour contribuer au changement des comportements en faveur des valeurs de Développement Durable.
A travers ces supports et opérations, et notamment la couverture médiatique faites de ces dernières se lit à la fois l'image donnée de Lyonnaise des Eaux et ses valeurs sur l'eau en tant que produit, ressource ou source de plaisir. Le discours de Lyonnaise est issu de plusieurs contraintes dans une dynamique où elle a plusieurs cibles ainsi que la responsabilité de gérer un bien précieux et un patrimoine commun à tous.

d. Présentation de LYDEC

LYDEC est née après deux années de négociation entre le Groupe SUEZ et la Communauté Urbaine de Casablanca. Ce contrat de gestion déléguée, signé le 28 avril 1997, est considéré comme la première expérience de ce type sur le continent africain en intégrant les trois métiers de l'eau, l'assainissement et l'électricité. En 2004, LYDEC obtient la mission de gérer l'éclairage public regroupant ainsi quatre métiers en une organisation. Elle est un cas particulier en tant qu'entreprise qui a dû reprendre l'organisation étatique qui gérait précédemment l'eau de Casablanca, c'est-à-dire, la RAD, la Régie Autonome de Distribution. Elle a hérité d'une lourde administration comptant plus de 4.000 employés. LYDEC est enfin considérée comme la première expérience du Groupe SUEZ de PPP, le Partenariat Privé Public.

Le système de gestion déléguée permet à la collectivité, tout en réservant au secteur privé la charge des investissements et la gestion du service, de contrôler le service délégué, de conserver son patrimoine et de fixer les grands objectifs. La municipalité de Casablanca reste très présente dans l'administration de LYDEC à travers l'obligation d'une révision quinquennale du contrat de gestion du service public négocié pour une durée de 30 ans.

LYDEC opère sur le territoire du Grand Casablanca c'est-à-dire la municipalité de Casablanca et 14 communes périphériques incluant Mohammédia, Bouskoura ou Mansouria. Elle dessert un territoire comptant entre 4,5 et 6 millions d'habitants. LYDEC est contrairement à Lyonnaise, un délégataire de service sur un territoire limité ne détenant aucune implantation nationale. Elle est organisée en sept délégations afin de mieux gérer le territoire du Grand Casablanca.

Si LYDEC n'est pas implantée au niveau du Maroc, elle jouit d'une certaine notoriété nationale en tant que première expérience de délégation de service public au Maroc pour un tel territoire. Si les villes de Rabat et Tanger-Tétouan sont gérées par Veolia, le territoire de Casablanca est bien plus important et surtout, la ville blanche en tant que capitale économique, connaît une croissance très active depuis la signature du contrat. La ville de Casablanca est très dynamique, elle symbolise les défis sociaux et économiques à l'échelle du Royaume. LYDEC gère un territoire et une population en profonde mutation. Ces changements ont été marqués par l'accroissement rapide de la population, le lancement de l'Initiative Nationale de Développement Humain (INDH) qui a abouti à l'obligation de raccorder les zones défavorisées de Casablanca, la croissance du nombre d'entreprises et d'industriels sur le territoire de Casablanca et les bouleversements sociaux liés à la montée de l'islamisme marquée par les attentats de 2003 et 2007.

Pour répondre à ses obligations, la communication de LYDEC est axée sur la gestion d'un service public où l'organisation insiste sur les progrès du service clientèle et les investissements réalisés pour améliorer ce service. Le discours de LYDEC est fortement marqué par le registre de l'économie et de la technique avec des termes comme « investissement », « renouvellement » ou le vocabulaire lié à la gestion de réseau comme « extension », « rénovation », « tuyaux », « travaux ». Cet axe est lié aux obligations de contrat, LYDEC doit réaliser un certain niveau d'investissement annuel. Le discours est orienté vers les montants investis et le nombre de réalisations terminées par LYDEC depuis la signature de son contrat. L'aspect lié à cette préoccupation de l'entreprise est la bonne gestion du service clientèle.

Avec un slogan axé sur les efforts menés par LYDEC pour délivrer un bon service, « toutes nos énergies pour vous », l'entreprise est très fière des progrès clientèle qu'elle a pu réaliser depuis 1997. A titre d'exemple, la diminution du temps d'attente, la gestion informatisée des comptes clients, les différentes

possibilités de paiement ou la création d'un magazine clientèle ont permis d'améliorer qualitativement le service.

Dans cette dynamique, l'objet eau apparaît comme une ressource à préserver, une ressource précieuse à l'échelle du Royaume qui manque d'eau. Elle reste un service au même titre que la gestion de l'énergie et de l'assainissement. Les trois métiers de LYDEC axent le discours sur un engagement citoyen où si l'eau est bien une ressource rare et précieuse, elle n'est pas le seul moteur discursif de LYDEC. L'eau est le mot le plus cité des trois mots eau, électricité et assainissement. Le discours de LYDEC est issu de plusieurs contraintes, l'entreprise a plusieurs cibles et une obligation de contrat fortement présente dans son discours. L'entreprise porte une attention particulière à cet objet rare et fortement symbolique au Maroc. La responsabilité de gérer l'eau se décline sous le thème de l'engagement citoyen, du Développement Durable et de la gestion d'un bien précieux, une ressource nécessaire à la vie et commune à tous.

e. Les cadres visibles et invisibles du discours de SUEZ et ses filiales

Un service public et d'intérêt général

Il s'agit ici de présenter les éléments clé et enjeux qui entrent en compte dans la communication nationale, celle qui offre une visibilité de l'entreprise en termes institutionnels et d'image, pour communiquer vers ses trois cibles principales : les collectivités locales, ses clients-consommateurs et le grand public. Lyonnaise des Eaux développe une communication de proximité et LYDEC préfère une communication axée sur la gestion du service dans une logique clientèle marquée. La dimension de la gestion et de fournir un service public oriente fortement les deux discours dans la mesure où fournir un service public créé une relation privilégiée entre les distributeurs et leurs publics, ils interviennent dans leur quotidien.

Une mission de service public, une communication de service et proximité de Lyonnaise des Eaux

De 1996 à 2006, trois slogans ont accompagné Lyonnaise des Eaux : « Par respect de l'eau », « Pour l'eau et pour vous » et « Pour l'eau, pour vous, à chaque instant ». Ces trois phrases illustrent l'axe de communication de mission d'intérêt général choisi par Lyonnaise des Eaux. Cette conviction est reprise dans la présentation institutionnelle de l'entreprise.

> « Sa vocation est de contribuer durablement à la santé et au bien-être des consommateurs tout en préservant le milieu naturel »[33].

En tant que distributeur d'eau, Lyonnaise des Eaux délivre un service public. Ce dernier est défini, par le droit français, comme une activité liée à l'eau qui relève de l'intérêt général et est définie comme mission de service public.

Le service public est une activité d'intérêt général assurée par une personne publique au moyen de procédés exorbitants de droit commun défini par l'élément organique (ensemble des agents et moyens affectés à la tâche), l'élément matériel (au sens fonctionnel, l'activité est réalisée par l'administration elle-même) et l'élément juridique (relève du régime juridique du service public).

[33] Lyonnaise des Eaux, Rapport d'activité, 2002 à 2004.

Si la responsabilité et la production de l'eau dépendent bien des collectivités locales[34], les acteurs privés comme Lyonnaise des Eaux interviennent dans la distribution de l'eau, la partie la plus visible du processus. En tant qu'acteur privé, l'entreprise est néanmoins soumise aux principes anciens mais toujours d'actualités, appliqués aux activités de service public en tant que délivrant les services d'eau et d'assainissement nécessaires à une collectivité. Elle doit garantir la qualité de l'eau et la continuité du service de l'eau, deux impératifs de résultats auxquels elle est soumise. Dans sa présentation institutionnelle, Lyonnaise des Eaux reformule cette obligation en tant que mission : « distribuer aux consommateurs une eau irréprochable (qualité), 24 heures sur 24 (continuité) » (Rapport d'activité 2002 à 2004).

A la différence d'un acteur dépendant de l'Etat et du fait de son statut d'entreprise privée, elle va jouer d'une communication aux registres identiques à ceux de la communication publique et d'une communication d'entreprise de service auprès du grand public sans visée commerciale mais dans l'objectif d'établir du lien.

La communication publique est la communication de la « société organisée par la loi qui établit les rapports d'équité antérieurs ». (ZEMOR, 1998) Elle se définit par la légitimité de l'intérêt général, au nom du peuple. Elle a pour fonctions d'informer, d'écouter, d'assurer la relation sociale et d'accompagner les changements comportementaux de l'organisation sociale. Sur ces principes, il est intéressant d'interroger en quoi la communication de Lyonnaise des Eaux a bien la volonté d'informer, d'écouter, d'assurer la relation sociale et d'accompagner les changements comportementaux de l'organisation sociale tout en instaurant une communication de proximité.

La communication de proximité est le lieu de la visibilité de l'entreprise. L'objectif est d'être connu et reconnu dans une logique où la personne humaine accorde sa confiance à un acteur déjà identifié ; « la bienveillance avec autrui s'accroît avec la proximité ». La communication de proximité veut « peu à peu, par une opération raisonnée du terrain (...) opérer le travail de reconnaissance de l'entreprise » (LIBAERT, 2001 : 12).

La communication de Lyonnaise des Eaux joue sur ce double registre dans une perspective de respect de sa mission et de bonne image auprès :

- de ses clients directs ;

- les collectivités locales auprès de qui elle a besoin de la proximité pour rendre son offre commerciale de façon cohérente et adéquate ;

- du grand public, relais de l'image et de la proximité (citoyens), demandeur de l'information au nom de la transparence exigée à un acteur du service public. Il cible la sensibilisation où se joue les changements comportementaux de l'organisation sociale.

[34] La gestion du service lié à l'eau ne dépend pas à ce titre de la collectivité seule. Elle est assistée des Agences de l'Eau, les Directions Départementales de l'Equipement (DDE) et les Directions Départementales de l'Agriculture et de la Forêt (DDAF). Ces organismes sont conseillers, prescripteurs ou maîtres d'œuvre. C'est néanmoins la collectivité qui est décisionnaire de son mode de gestion de l'eau en régie ou tout ou partie à une entreprise délégataire.

Activité d'industriel et d'ingénieur, la technique, l'innovation et le savoir-faire sont les premiers atouts de l'offre Lyonnaise des Eaux auprès des collectivités locales.

> « Pour assurer un service de qualité, Lyonnaise des Eaux s'appuie sur les savoir-faire de ses équipes et propose des solutions innovantes grâce à son centre de recherche, le CIRSEE »[35].

La notion d'expertise et celle de métiers sont essentielles dans le corps de l'image Lyonnaise des Eaux. En 2004, pour Bernard Guirkinger, Président Directeur Général, Lyonnaise des Eaux construit ainsi son partenariat avec les collectivités locales autour de trois objectifs dont deux relèvent de la compétence de LDE.

> « Proposer des techniques spécifiques à chacune d'entre elles » (les collectivités locales) et « partager avec elles notre savoir-faire »[36] .

De même, Jean-Michel Théron, Directeur Général, écrit :

> « nous nous appuyons sur notre expertise pour apporter aux collectivités le conseil et les solutions sur l'ensemble du cycle de l'eau »[37].

Là où le rapport d'activité est dirigé vers les collectivités locales, les actionnaires et la communication interne, la technicité devient un objet d'explication et lieu de la spécificité de son activité. Molécule H2O, l'eau potable est un produit industriel né suite à un long et complexe processus de production qui nécessite technicité, rigueur des contrôles et de surveillance, analyses, informations précises, etc. En tant qu'expert, LDE s'assure essentiellement de la qualité de l'eau. Il s'agit de

> « faire découvrir nos métiers et dans une mission de service public, pour l'ensemble du groupe en France, 4 000 personnes environ mettent leur professionnalisme au service de l'eau potable. Nos équipes d'astreinte, mobilisées 24h/24, peuvent, le cas échéant, intervenir de jour comme de nuit, 365 jours par an »[38].

Un autre exemple est le fascicule « Votre eau, mode d'emploi », publié en février 2005. Destiné aux clients LDE, il présente des mots clé résumant cet aspect de la communication de LDE : « Notre métier. Maîtriser le cycle de l'eau ». Composé en deux livrets, un titré « Pour l'eau » et l'autre « Pour vous ». Ce dernier confirme l'importance de l'expertise pour la communication de LDE. Son intitulé est clair : « produire, distribuer et dépolluer l'eau ». La double page s'organise autour des cinq étapes essentielles du cycle de l'eau potable : 1. Capter, 2. Traiter, 3. Stocker, 4. Distribuer et 5. Dépolluer. A chaque rubrique, un paragraphe sur « notre métier » présente l'action de LDE aux moments de la production, distribution et dépollution de l'eau.

Dans le magazine *L'eau et vous*, premier magazine grand public publié par un distributeur d'eau destiné aux 9 millions de clients de LDE, la figure de l'expert va surgir dans la page « ma région et vous » consacrée à de l'information de proximité. Des sujets tels que la lutte contre le plomb, la dénitrification pour une meilleure qualité de l'eau sont des éléments du savoir-faire de LDE. Dans *L'eau & vous* Automne-Hiver 2004 des Hauts-de-Seine, la fiche titre sur « Notre expertise contre les légionelles ». Encore, la fiche explicative sur « Que deviennent vos usées ? », rubrique « ma maison et l'eau »[39] destinée aux valeurs d'usage de l'eau est l'occasion d'une explication sur le cycle de l'eau.

[35] Lyonnaise des Eaux, Rapport d'activité 2004, Paris, p. 1.
[36] Lyonnaise des Eaux, Rapport d'activité 2004, Paris, p. 2.
[37] Lyonnaise des Eaux, Rapport d'activité 2004, Paris, p. 3.
[38] Lyonnaise des Eaux, Voyage au coeur de l'eau, Paris : 2001.
[39] Lyonnaise des Eaux, L'eau & vous, numéro Automne-Hiver 2004 , Paris : 2004.

Dans les supports pour enfants, le profil « métier » permet de présenter la technicité de l'activité. Dans « Explique-moi l'eau », la rubrique « métiers de l'eau » sert cet objectif en présentant un focus sur un ingénieur.

> « J'ai toujours aimé trouver des *solutions à des problèmes techniques*. Dans mon métier, c'est très gratifiant, car la qualité des installations permet d'alimenter en eau des milliers de personnes et de préserver l'environnement »[40].

Distributeur d'eau au service de l'intérêt public, Lyonnaise des Eaux exerce ses compétences dans un cadre délimité par la préoccupation de ses clients, les collectivités locales, le grand public et l'eau, élément essentiel à la vie et à préserver. Cette activité l'oblige à un discours de Développement Durable engagé pour inciter à la protection du milieu naturel et du cadre de vie.

La délégation de service public de LYDEC, une communication clientèle à celle d'un acteur de la ville

Le discours de LYDEC est tel à celui de Lyonnaise dans la mesure où l'entreprise souligne également les obligations liées à un service public comme la disponibilité du service 24 h sur 24 ou l'exigence d'un service de qualité irréprochable répondant aux normes les plus exigeantes ; l'eau est le produit alimentaire le plus contrôlé. Cette obligation d'un service performant et de qualité conduit LYDEC à prôner un discours accès sur la prestation de service.

> « Nos métiers sont au cœur des besoins fondamentaux des hommes. Cette responsabilité nous incite à poursuivre en continu nos efforts pour mettre nos prestations au service de tous les Casablancais et améliorer ainsi leur cadre de vie. »[41]

La communication de LYDEC prône la délivrance d'un service placé au cœur du quotidien. Pour répondre à ses impératifs, le discours de LYDEC valorise les valeurs qui guident sa stratégie. En 2003, l'entreprise lance un projet à vision 2007 intitulé Massira 2007 qui aboutit à la définition des cinq valeurs de LYDEC : le professionnalisme, la proximité, la confiance, l'esprit d'équipe et la promotion de l'esprit citoyen. L'engagement professionnel de LYDEC est central pour l'entreprise dont le slogan « toutes nos énergies pour vous servir » rappelle cette implication. Ces actions permettent à LYDEC de gagner sa légitimité de distributeur du service public à Casablanca.

> « Aujourd'hui, nous pouvons affirmer en toute légitimité que LYDEC a réalisé des avancées remarquables sur le plan de la qualité du service, du respect des engagements et du professionnalisme. »[42]

Dans un contexte où le service a connu de profonds changements au cours des premières années du contrat de LYDEC par l'amélioration du service clientèle (attente, facturation, modalités de paiement), l'enjeu pour LYDEC est de faire prendre conscience au public casablancais de la valeur du service délivré. Il s'agit d'éduquer et sensibiliser au cycle de l'eau et l'électricité, une mission qu'elle accomplit à travers le magazine *LYDEC et vous* et les supports grand public et enfants.

> « Objectif : faire prendre conscience de la valeur et du coût des services que nous offrons. Le voyage initiatique de Nour et Safia commence aux origines de la ressource et met en scène la mobilisation permanente des différents intervenants pour assurer un approvisionnement régulier en quantité et en qualité, et un service irréprochable. »[43]

A travers cette valorisation du service clientèle fourni, le discours de LYDEC se positionne comme un acteur du quotidien. Délivrer un service répond à des besoins essentiels comme l'eau suppose un engagement fort.

> « Par la nature de ses métiers donc, LYDEC est réellement une entreprise de vie. »[44]

---

[40] Lyonnaise des Eaux, Les Métiers de l'eau : Electromécanicien, Explique-moi l'eau, Paris : 2005.
[41] Rapport annuel 2003, LYDEC.
[42] Rapport annuel 2005, LYDEC.
[43] Rapport annuel 2002, LYDEC.

Le choix du mot « vie » est lié à l'eau, ressource vitale ; SUEZ conjugue également cette responsabilité avec son slogan « vous apporter l'essentiel de la vie ». LYDEC se réfère à ce terme au début de son contrat de 1999 à 2004 avec 11 citations dans le Rapport Annuel 2001. Le mot désigne la vie, le cadre de vie, le quotidien, l'eau puis l'énergie comme ressources de vie.

> « L'eau est à l'origine de la vie, l'énergie aussi. Par la nature de ses métiers donc, LYDEC est réellement une entreprise de vie. Cette dimension de son identité a poussé l'entreprise à inscrire le développement durable au coeur de ses préoccupations et de ses responsabilités humaines, sociales et environnementales. »[45]

La particularité discursive de LYDEC est d'installer son service au cœur du développement de la ville. En ancrant son action dans la vie de la ville, LYDEC s'installe comme un acteur citoyen au même titre que le public à qui il s'adresse. Indirectement, il se compare à un usager afin de souligner à la municipalité qui gère le contrat que l'entreprise agit comme un citoyen de Casablanca. LYDEC participe à sa vie et son développement.

> « LYDEC s'engage sur plusieurs fronts : Entreprise liée au service public, entreprise de vie, gestionnaire au quotidien de ressources indispensables à l'existence, LYDEC est de fait, une entreprise citoyenne. »[46]

La volonté de LYDEC est de s'imposer comme un acteur responsable et indispensable à Casablanca, elle renforce son ancrage territorial et sa volonté de répondre aux obligations de service public. Cette notion de service d'intérêt général guide les principes de communication, lui apporte légitimité et donne du sens à ses activités tant en interne qu'en externe.

> « Notre rôle, à LYDEC, dépasse le simple cadre de la distribution d'eau, d'électricité et de l'assainissement. LYDEC est devenue, de fait, un opérateur socio-économique en s'impliquant fortement dans des actions qui font d'elle une entreprise citoyenne. »

Le choix de l'engagement citoyen de LYDEC rapproche l'entreprise d'une mission liée au Développement Durable, un terme qu'elle se réapproprie à partir de 2001 et qui devient un moteur au sein de l'organisation en 2007. Cet aspect sera étudié dans le cadre de la partie la discursivité du Développement Durable.

Un double client : des collectivités locales aux consommateurs-usagers

Le distributeur d'un service public est lié à la municipalité avec qui il traite, il est également lié aux usagers du service qu'il délivre. Cette double dimension clientèle a abouti à une communication très techniciste où le délégataire cherchait à répondre aux obligations d'investissements et à satisfaire les municipalités sans nécessairement se préoccuper des citoyens. La satisfaction du public, l'entrée sur l'arène médiatique de la question de l'eau et les impacts sanitaires du service délivré ont ouvert les distributeurs à une nécessaire gestion clientèle du consommateur simultanément citoyen et client du service délivré. Cette double contrainte contribue à complexifier les relations du distributeur avec les politiques et à développer des actions clientèle proches d'une dynamique de marketing et de communication grand public similaire à la communication d'une marque.

Le rapport au politique

---

[44] Rapport annuel 2000, LYDEC.
[45] Rapport annuel 2001, LYDEC.
[46] Rapport annuel 2000, LYDEC.

Les compagnies privées délégataires d'un service public comme l'eau ou l'assainissement relèvent du droit public et ont la tâche d'accomplir une mission de service public. Remplir une tâche d'intérêt général soumet le distributeur aux principes du service public et le pousse à entretenir des relations avec le politique mêlant obligation contractuelle, démarche commerciale et relation de confiance. Ce rapport avec les municipalités soumet l'entreprise privée à entretenir des relations publiques, institutionnelles et stratégiques complexes à plusieurs niveaux. Ce poids du client municipal est fortement présent dans le discours.

Dans le discours de LYDEC, le vocabulaire relève du registre politique pour 11,1% du contenu, après le registre économique et technique représentant respectivement 39,4% et 36,5%. La dimension contractuelle est capitale à l'organisation délégataire.

> « LYDEC remplit la mission qui lui a été confiée par la collectivité en s'engageant comme acteur et partenaire du développement économique, culturel, social et environnemental de la ville. »[47]

Cette idée de responsabilité confiée par la commune de Casablanca se lit au fil des années avec une citation régulière sur 10 ans du vocabulaire lié à la collectivité et aux élus oscillant entre 48 et 42 citations par an. LYDEC s'impose comme un acteur intégré à la ville dans le respect de son contrat et dans une dynamique plus globale qui est celle du développement de Casablanca jusqu'à s'introduire dans le politique même, « dans un concept d'unité, d'animer une nouvelle dynamique pour une meilleure gouvernance de la ville. »[48]

Le concept de contrat et d'obligations de contrat est capital dans le cadre des activités des délégataires surtout dans une configuration d'exploitation à durée déterminée avec une obligation de révision de contrat au cours de la concession comme pour LYDEC. Le contrat avec la ville de Casablanca oblige une révision contractuelle quinquennale. Le contexte a voulu que la révision ne soit pas réalisée après les cinq premières années d'existence de LYDEC. De 1999 à 2005, le nombre de citations du vocabulaire lié au contrat est marqué par une chute et une stagnation soulignant un retrait relatif du concept de contrat dans les priorités de l'entreprise. En 2006, année marquée par la reprise de la renégociation, le vocabulaire est de nouveau fortement présent.

Dans cette démarche, le discours de LYDEC a souhaité substituer le rapport contractuel à celui de partenaire, l'organisation établit son discours comme celui d'une entité citoyenne et active dans le développement de la ville.

> « LYDEC remplit la mission qui lui a été confiée par la collectivité en s'engageant comme acteur et partenaire du développement économique, culturel, social et environnemental de la ville. LYDEC a foi en la valeur de l'exemple pour promouvoir l'esprit citoyen. »[49]

Cette volonté répond à un besoin de dépasser le cadre du contrat qui oblige le distributeur à répondre obligations coûteuses, des investissements qui pourraient servir à promouvoir son image. A ce titre, certaines obligations contractuelles sont souvent valorisées dans les stratégies de Développement Durable. L'ambivalence entre contrat et actions citoyennes est un lieu discursif pivot qui valorise l'engagement du délégataire aux yeux du public tout en répondant à des contraintes liées au métier même de l'entreprise. En matière de législation, l'exercice est semblable en direction des collectivités locales qui doivent être sensibilisées aux obligations légales et lois qui agissent sur le secteur de l'eau. Dans le cas de la France, la

[47] Rapport annuel LYDEC, 2000.
[48] Rapport annuel LYDEC, 2002.
[49] Rapport annuel LYDEC, 2004.

directive cadre européenne datant du 20 octobre 2000 est un enjeu de discours qui influence les rapports du distributeur avec le monde politique.

Dans le discours de Lyonnaise des Eaux, une brochure intitulée « Eau et Service », un Hors-Série d'une publication interne à l'entreprise a été publiée en 2006. Cette dernière présente 13 fiches utiles d'explications réglementaires des différentes mesures liées à l'eau et l'assainissement[50]. Le cadre législatif sert d'opportunité, elle incite les communes à investir pour respecter les normes. En matière d'assainissement, en retard, la France doit investir « environ 2,5 milliards d'euros par an pendant 10 ans. Lyonnaise des Eaux a engagé depuis 2001 une action volontariste avec les collectivités locales » (Rapport d'activité 2004). L'objectif de Lyonnaise 2010 est de devenir le leader en assainissement en accompagnant les collectivités pour rattraper leur retard en déployant une offre commerciale complète,

> « une expertise sur l'ensemble de la filière assainissement : réseau et auto-surveillance, gestion des eaux pluviales, traitement des boues et sous-produits, etc. »[51].

Rapport d'obligation, rapport d'opportunité, le cadre législatif et le cadre contractuel exercent une influence multiple sur le discours des organisations. Ces contraintes sont à la fois du domaine de la mission contractuelle et d'une volonté stratégique que l'entreprise valorise pour promouvoir son image de partenaire, de citoyen, d'acteur du Développement Durable et d'entreprise responsable.

Le cadre légal est une obligation de mise en en conformité des infrastructures et des services. Depuis la directive européenne sur le plomb, Lyonnaise des Eaux supprimer des branchements en plomb. Cette loi a apporté trois changements majeurs qui obligent des efforts du privé pour s'adapter aux normes. Le nombre de paramètres est passé de 48 au lieu de 63, le contrôle de l'eau est directement appliqué au robinet et non plus à l'usine et la teneur en plomb est passée à 10 mg/l au lieu de 50 mg/l. Ce sont plus de 1 million de branchements que « Lyonnaise des Eaux France va réhabiliter (...) en 10 ans. » (Rapport d'activité 2003).

La référence au droit explique les actions et choix stratégiques de l'entreprise d'où la répétition de la mention du droit dans ses différents supports à destination de ses clients collectivités notamment le rapport d'activité. Dans les supports grand public, la mention juridique se retrouve derrière la figure d'organismes de contrôle tel que le Ministère de la Santé (la Direction Départementale de l'Action Sanitaire et Sociale) en tant que figure de l'Etat[52]. Rares sont les mentions directes au droit (mention de la directive ou du nom du décret). Dans *L'Eau & Vous*, ces dernières sont retrouvées dans la rubrique "ma région et moi" détaillant les applications locales issues d'une obligation locale. En terme de services et de relation au client consommateur, la mention au droit devient une obligation de qualité et de clarification de l'action pour justifier d'une activité menée en conformité avec les principes de service public.

En termes de communication, le cadre juridique et contractuel peut compliquer la clarté de l'information donnée et du discours même. Quelle est la part d'obligations et celle de volonté d'engagement responsable ? Les médias s'emparent rapidement de cette ambivalence ambiguë du rapport entre les deux acteurs pour y souligner les possibilités d'ententes voire de corruption. Dans la guerre conceptuelle du service de l'eau, le rapport au politique des délégataires de Service Public est un lieu médiatique fort qui

[50] Lyonnaise des Eaux, *Eau Service*, Hors Série novembre 2004-2006. *Eau Service* est un journal trimestriel adressé nominativement aux collectivités locales sous contrat avec Lyonnaise des Eaux.

[51] Lyonnaise des Eaux, *Rapport d'activité*, Paris : 2004, p. 15.

[52] « L'Etat contrôle la qualité de l'eau avant et après traitement. (...) Les prélèvements effectués à l'initiative du Ministère de la Santé sont analysés dans des laboratoires agrées », Lyonnaise des Eaux, *Pour l'eau & pour vous*, brochure *Pour l'eau*, Paris : 2005.

permet d'opposer facilement et visiblement le politique et économique à l'intérêt public et le patrimoine commun de tous.

Le rapport au consommateur, une démarche clientèle : l'exemple de LYDEC & vous et L'Eau & Vous

Nous avons déjà abordé la communication de *L'Eau & Vous* dans l'étude de cas des représentations féminines (cf. Chapitre 3). Il s'agit de montrer en quoi deux publications issues de deux filiales implantées sur deux pays et continents différents répondent à la même démarche clientèle. Le support souhaite instaurer une relation avec le client-consommateur et usager du service.

LYDEC & vous et *L'Eau & Vous* utilisent un vocabulaire prescripteur de comportements sur le ton du conseil utile, de la parole d'expert et du «truc et astuce» qui simplifieront la vie de la cible. Les deux éditions s'adressent au client-consommateur, celui qui bénéfice du service public de l'eau. Il s'agit du grand public au sens large mais surtout, du citoyen desservi par l'eau distribuée par les deux entreprises dans la limite territoriale définie avec la collectivité locale à qui l'entreprise est liée contractuellement.

Ces supports cherchent à instaurer une relation de confiance avec la cible à travers un univers homogène à la cohérence éditoriale claire et ludique. Les discours des deux supports mêlent complicité et intangibilité par l'utilisation fréquente d'un impératif d'ordre, d'instruction et de conseil. Sous le mode du rappel bienveillant (*n'oubliez pas, pensez à*) ou de la précaution (*protégez-le, veillez à*), l'impératif alterne avec l'infinitif pour éviter un ton qui pourrait sembler trop sévère et incitatif. L'univers visuel aide également à trancher avec le texte par sa tonalité joyeuse et le choix des photos et dessins. *L'Eau & Vous* utilise beaucoup de photos de jeux d'eau, d'enfants, de couleurs vives et de mouvements. Le support *LYDEC & vous* préfère des dessins colorés, humoristiques et chaleureux. Ce discours s'articule autour d'un concept clé : le conseil.

Les rubriques de *L'Eau & Vous* s'articulent autour du conseil : *c'est le moment de…*, *les bons gestes*, *le saviez-vous*, *les bonnes raisons de…* ou encore les *vrai ou faux*. *L'Eau & Vous* propose un modèle de comportement donné sous le mode de l'inclusion par l'utilisation du *nous* dans la rubrique *de vous à nous* et la déclinaison des rubriques du magazine à la première personne *ma région et l'eau*, *ma forme et l'eau*, etc. Le support a aussi recours à l'emploi de la deuxième personne du pluriel, (*simplifiez-vous*, *votre écoute*), inclusive, et s'adressant à un récepteur à la fois collectif (deuxième personne du pluriel) et un récepteur individuel (forme de politesse).

Par le *nous* / *vous* et une conjugaison à l'impératif et au présent, *L'eau & vous* est écrit dans un style qui immerge le lecteur, s'adresse à lui et l'implique dans les propos tenus. Le discours s'impose comme celui d'un expert, d'une instance émettrice d'un savoir que l'on ne peut contester de par ses interviews d'experts reconnus, l'utilisation de chiffres ou la citation des sources d'information utilisées. Il mélange une attitude protectrice qui s'apparente à celle de la mère ou de la grand-mère, et une attitude complice semblable au registre des magazines féminins.

La notion de geste est un autre pivot dans la mise en pratique de ce discours. Le geste, selon le dictionnaire, est une attitude ou pratique qui consiste à s'approprier des moyens liés à l'usage de matériaux, d'outils, de supports. Dans la lignée des « gestes pour l'environnement »ou des « gestes pour la planète », les gestes de *L'Eau & Vous* et *LYDEC & vous* utilisent le même registre reprenant ce terme à comprendre comme un acte créateur, une action morale proche de l'expression, *faire un bon geste*.

Dans *LYDEC & vous* par exemple, les gestes et conseils s'imposent au nom de la sécurité de l'utilisateur et pour son intérêt, celui de la facture. Dans un contexte où LYDEC est très critiquée pour le prix de l'eau,

LYDEC & vous propose des gestes, des pratiques pour limiter sa consommation, traquer les fuites et surveiller son compteur. Elle propose également un service de réparation des fuites pour contrer l'utilisation inutile d'une ressource rare. Au Maroc, la préciosité de l'eau est un enjeu majeur. Face aux aléas pluviométriques et à une situation proche du stress hydrique, les gestes contre le gaspillage sont moteurs d'une responsabilité assumée et pratique de l'entreprise LYDEC.

D'une manière plus globale, les conseils de *L'Eau & Vous* ou *LYDEC & vous* deviennent un modèle de vie. Ils sont clairement adressés à la femme dans le cas de *L'eau & vous* et entrent en cohérence avec d'autres supports comme par exemple, *L'eau, petites astuces et bons conseils*. Ce livret propose *53 tuyaux et bons conseils pour mieux la consommer*, où l'univers graphique est celui de la maison et de la femme. Dans ce guide, les conseils donnés, sont à la fois des indications relatives à la consommation d'eau, des conseils maison et des conseils liés à des aspects quotidiens de la vie:

> « Après un week-end d'absence, ouvrez le robinet quelques minutes pour éliminer l'eau qui a stagné. » (*L'Eau & Vous* et *Lydec & vous)*

Ces derniers dépassent les prérogatives du distributeur d'eau et s'invitent dans la sphère privée à travers des conseils cuisine, pour bébé ou pour le bricolage de la maison.

> « Votre mayonnaise est ratée ? Vous pouvez la rattraper ! Elle a tourné parce que la mayonnaise est une émulsion entre l'eau contenue dans l'œuf et dans l'huile, l'œuf ne fournit plus le volume nécessaire d'eau. Il suffit de rajouter quelques gouttes d'eau et c'est gagné ! »

Ce module pédagogique à la portée de la ménagère entre en concordance avec le style choisi par *L'eau & vous* jouant davantage sur le registre de l'ordre indirect, d'une instruction amicale.

> « L'été nous *enseigne* les **valeurs** de l'eau. Alors, *agissons* ! »
> « Le froid arrive. Quelques *précautions* pour passer l'hiver en toute *sécurité*. »
> « Revoici les frimas hivernaux : *dépêchez*-vous de mettre de l'eau sur le feu ! »
> « Attention danger ! Votre désir d'améliorer votre confort thermique en hiver ne *doit pas vous faire oublier*... »

Ces conseils indiquent des valeurs relatives à l'eau qui prônent le bien-être et autorisent l'introduction dans la sphère privée sous la forme du conseil de l'expert ou de l'ami avisé. *L'Eau & Vous* est beaucoup plus incisif dans son discours que *LYDEC & vous* dont le principal motif d'intervention est la facture. L'analyse permet toutefois de souligner que Lyonnaise des Eaux et LYDEC se positionnent comme ayant le savoir et la connaissance à travers un support liant, « jouant la carte de la proximité » (*Guide du rédacteur en chef de l'Eau & Vous*. 2005. Paris : Lyonnaise des Eaux), à jouer la carte de l'ami, une sorte d'allié conseil à qui il vaut mieux obéir.

Une gestion de patrimoine

L'eau, considérée comme un patrimoine de l'humanité, un bien hérité et transmis par les ancêtres. Dès 1972 au cours de la conférence de Stockholm, les ressources naturelles sont considérées comme des biens communs, un patrimoine à préserver.

> **Principe 4** : L'homme a une responsabilité particulière dans la sauvegarde et la sage gestion du patrimoine constitué par la flore et la faune sauvages et leur habitat, qui sont aujourd'hui gravement menacés par un concours de facteurs défavorables. La conservation de la nature, et notamment de la flore et de la faune sauvages, doit donc tenir une place importante dans la planification pour le développement économique. (Déclaration de Stockholm)

Ce principe est réaffirmé par le *Rapport Brundtland* et sa définition du Développement Durable où émerge l'idée que les ressources ont bien une durée de vie limitée et qu'il faut les conserver pour les générations futures. Le concept de patrimoine répond à cette préoccupation de gérer l'existant pour le

présent tout en le respectant pour qu'il existe dans le futur et qu'il soit transmis dans le temps. L'activité actuelle née de l'industrialisation et du modèle capitaliste menace ce patrimoine commun que le *Rapport Brundtland* souhaite protéger à travers la définition d'un modèle de Développement Durable.

> « Les formes traditionnelles de la souveraineté nationale sont de plus en plus ébranlées par les réalités de l'interdépendance écologique et économique. Nulle part, cette constatation n'est plus vraie que lorsqu'il s'agit des écosystèmes partagés et du patrimoine commun – les parties de la planète qui échappent aux juridictions nationales. Dans ce cas, un développement rationnel ne peut être assuré que grâce à la coopération internationale et à des systèmes mis en place par des accords qui régissent la surveillance, la mise en valeur et la gestion de ce patrimoine dans l'intérêt commun. Ce qui est en jeu, ce n'est pas seulement le développement rationnel des écosystèmes partagés et du patrimoine commun, mais celui de toutes les nations dont les progrès dépendent plus ou moins de la gestion rationnelle de ces ressources.
> De plus, sans règles acceptées, équitables et exécutoires régissant les droits et les devoirs des États à l'égard du patrimoine commun, les pressions exercées sur des ressources limitées détruiront l'intégrité écologique de celles-ci avec le temps. Les générations futures seront appauvries et les populations qui souffriront le plus seront celles des pays pauvres qui sont le moins à même de faire valoir leurs propres droits sur le patrimoine commun. »

L'eau, élément naturel intégré à l'ensemble des ressources naturelles est un bien défini comme une ressource limitée, un bien commun de l'Humanité dès 1992 à travers la Déclaration de Dublin qui institue la nécessité de gérer ce bien à travers une planification et l'implication des acteurs concernés, notamment les femmes. Les quatre principes de Dublin sont à ce titre, exemplaires.

> Principe No. 1 - L'eau douce - ressource fragile et non renouvelable - est indispensable à la vie, au développement et à l'environnement.
> Principe No. 2 - La gestion et la mise en valeur des ressources en eau doivent associer usagers, planificateurs et décideurs à tous les échelons.
> Principe No 3 - Les femmes jouent un rôle essentiel dans l'approvisionnement, la gestion et la préservation de l'eau.
> Principe No. 4 - L'eau, utilisée à de multiples fins, a une valeur économique et devrait donc être reconnue comme bien économique.

Si le mot « patrimoine » n'apparaît pas dans la Déclaration de Dublin, les principes d'une gestion d'une ressource limitée à transmettre sont bien présents. En France, la loi de 1992 définit l'eau comme patrimoine commun de la nation, ce qui lui confère le statut à la fois de « bien économique » et de « bien social » dont la gestion ne peut être confiée aux seules forces liées à sa valeur marchande. Le Forum de La Haye en 2000 confirme le concept d'un patrimoine dont

> « la valeur économique de l'eau qui permet de comparer des usages entre eux ou des régions de consommation entre-elles, est l'un mais pas l'unique déterminant des décisions de gestion ».

Cet aspect souligne le caractère intégré de l'eau à la fois bien technique, social, politique et stratégique. L'aboutissement au droit à l'eau articule les principes d'un bien à gérer, d'un bien dont tout le monde doit bénéficier et d'un bien à gérer à l'échelle de la planète.

Au niveau de l'entreprise, la notion de patrimoine est un concept discursif fort, répété et phare dans l'arsenal argumentatif de l'organisation quelle que soit l'échelle d'émission. SUEZ, SUEZ Environnement, Lyonnaise des Eaux et LYDEC affectionnent particulièrement cette notion qui correspond à la fois à l'objet eau et à la nature du métier de gestionnaire d'un service public. L'activité de l'eau suppose en effet, l'administration de réseaux considérés comme un patrimoine et le respect du patrimoine naturel au sens de l'environnement, une double obligation qui insère l'activité du délégataire dans celle d'une activité patrimoniale en adéquation parfaite avec le discours du Développement Durable et de la préservation de l'environnement et du cadre de vie. Le discours du Groupe est donc axé sur la mission d'une gestion d'un patrimoine technique qui comme tout patrimoine nécessite un savoir-faire, des investissements et une vision à moyen et long terme.

> « La gestion déléguée repose sur un **contrat** par lequel l'autorité publique confie certaines missions à un délégataire en lui fixant des objectifs, tout en conservant la propriété du patrimoine et le pouvoir de régulation, contrairement à la

privatisation, qui est fondée sur le transfert de la propriété des ouvrages à un opérateur privé. » (La vraie bataille de l'eau, SUEZ, 2002)

« Les investissements actuels suffisent-ils à la gestion à long terme du patrimoine et à son renouvellement ? Enfin, les coûts des mesures à prendre sont-ils socialement acceptables ? A chacune de ces questions, les filiales de SUEZ Environnement doivent apporter des éléments de réponse dans un souci d'efficacité, d'économie mais aussi de transparence vis-à-vis du public désormais associé à la gestion du bassin versant, comme le veut la directive cadre ». (Rapport Recherche, Développement et Innovation, SUEZ Environnement, 2004)

« LYDEC est donc née après deux années de négociation entre le Groupe SUEZ Lyonnaise des Eaux et la Communauté Urbaine de Casablanca. Ce contrat de gestion déléguée, signé le 28 avril 1997, est considéré comme le premier de ce type sur le continent africain, puisqu'il porte à la fois sur l'eau, l'assainissement et l'électricité. En optant pour le système de gestion déléguée, la collectivité, tout en réservant au secteur privé la charge des investissements et la gestion du service, assure le contrôle permanent du service délégué, conserve son patrimoine et la responsabilité de fixer les grands objectifs. » (Rapport annuel, LYDEC, 1999)

La question de la gestion du patrimoine se perçoit également avec la définition du Partenariat Privé-Public (PPP) une forme de contrat de gestion déléguée du service de l'eau qui permet néanmoins selon l'organisation privée, de dépasser la question de la gestion d'un bien public en intégrant les autorités publiques dans la gouvernance du contrat. Casablanca est à ce titre, cité comme le premier exemple de PPP du Groupe SUEZ.

« **Partenariat Public-Privé (PPP) :** le PPP repose sur un contrat adapté à chaque situation locale par lequel l'autorité publique confie certaines missions à un délégataire en lui fixant des objectifs. Les pouvoirs publics fixent les objectifs de service à l'opérateur privé tout en conservant la propriété du patrimoine et le pouvoir de régulation, contrairement à la privatisation qui est fondée sur le transfert de la propriété des ouvrages. Les collectivités locales ont de plus en plus recours au PPP dans la gestion de leurs services de l'eau. » Glossaire des rapports annuels SUEZ.

Autres les aspects liés au métier et à la technique d'un patrimoine constitué de réseaux, d'infrastructures à entretenir et renouveler, l'autre enjeu lié au patrimoine est l'environnement sur lequel l'organisation va nécessairement exercer un impact. Il s'agit de le protéger et de sensibiliser les publics aux activités du métier pour montrer en quoi l'organisation agit favorablement pour le cadre de vie présent et futur. La notion de patrimoine s'entend au sens global qui intègre un ensemble d'enjeux transversaux auxquels l'entreprise souhaite répondre.

« La prise de conscience des exigences de protection de l'environnement liées à un développement durable a conduit les pouvoirs publics, les entreprises et les citoyens à porter une attention nouvelle au paysage. Qu'il soit naturel, agricole ou urbain, le paysage est le reflet du patrimoine culturel, historique et économique de notre société, mais aussi de la qualité de vie des populations. Depuis la révolution industrielle, l'esthétique dominante tend à privilégier la construction de bâtiments imposants et autonomes au détriment de leur environnement. Affichant sa volonté de rompre avec cette tendance, SUEZ a mis en place une stratégie associant innovation technologique et qualité architecturale pour réduire l'impact environnemental de ses activités et renforcer l'intégration de ses sites dans le paysage. » Rapport d'activité et de Développement Durable, SUEZ 2004.

Cette perspective correspond tout à fait à la stratégie d'un Développement Durable où le Groupe s'insère logiquement. L'activité d'une gestion d'un patrimoine correspond bien à la durabilité, la technique, l'économique, le social et le culturel, autant d'enjeux nés du concept de Développement Durable. Le patrimoine qu'il s'agit de préserver afin de le transmettre précise l'ancrage local de l'entreprise dans le périmètre de son contrat de gestion. Au niveau de SUEZ comme au niveau national, le principe de patrimoine articule le domaine technique et les enjeux environnementaux offrant au discours la légitimité de gérer un bien public, un bien commun à tous et qui donne du sens à la stratégie de Développement Durable.

« Par la nature de ses activités, SUEZ est au coeur des enjeux environnementaux : le changement climatique, la pression sur les ressources en eau et les ressources énergétiques, la protection des milieux naturels et du patrimoine. C'est pourquoi sa politique environnementale s'articule autour du respect de la réglementation en vigueur, de la maîtrise de la gestion

environnementale, et de la recherche permanente de méthodes et techniques économiquement acceptables, aptes à réduire les atteintes au milieu naturel. » Rapport d'activité et du Développement Durable, SUEZ 2005

« Lyonnaise des Eaux inscrit toutes ses actions dans une perspective de développement durable et contribue à transmettre aux générations futures un patrimoine et un environnement intacts. Une charte engage l'entreprise auprès de l'ensemble de ses clients. » Rapport annuel, Lyonnaise des Eaux 2005.

« Avec ses 31 centres régionaux et ses 120 agences locales, Lyonnaise des Eaux est avant tout une entreprise de proximité, fortement ancrée dans les territoires. Nos collaborateurs participent à l'économie locale, sont insérés dans le tissu associatif, travaillent en partenariat avec les équipes des collectivités. Cet ancrage nous donne des responsabilités : préserver les paysages et le cadre de vie en prenant soin du patrimoine naturel des collectivités, servir les Agendas 21, se mobiliser pour contribuer à l'emploi local et pour aider les plus démunis. » Douze engagements pour une gestion durable de l'eau, Lyonnaise des Eaux 2007.

Bilan des cadres du visible et invisible

L'activité du distributeur du service de l'eau est intrinsèquement liée à l'environnement, elle est également liée par contrat, à une mission de service public. Si le discours est axé sur des préoccupations techniques liées à l'expertise qui légitime la présence de l'organisation sur le territoire et dans l'administration d'un bien commun, le concept de Développement Durable et les relations à multiples échelles avec des cibles tout aussi multiples offre un éventail discursif riche à l'organisation pour s'emparer le discours du Développement Durable ainsi que le discours d'une ressource vitale comme l'eau. A partir d'une démarche technique, économique et clientèle, il est désormais intéressant d'étudier en quoi la communication du distributeur s'intègre au concept de Développement Durable et à celui de l'accès à l'eau pour tous.

f. La politique de Développement Durable de SUEZ et ses filiales

La stratégie de Développement Durable de SUEZ est intégrée aux valeurs même du Groupe SUEZ selon les trois piliers traditionnels du Développement Durable et placés au cœur de ses métiers.

> « Concilier croissance économique, développement social et préservation de l'environnement, est à l'origine même des valeurs du Groupe qui a intégré les trois dimensions du développement durable comme fondement et guide sa stratégie. A travers ses métiers, son expertise technologique et son savoir-faire, le Groupe répond aux immenses défis du 21ème siècle : maîtrise de la consommation énergétique, préservation de l'environnement et des ressources naturelles, accès à l'eau et à l'assainissement. »[53]

SUEZ a été identifiée comme un leader sur l'engagement en faveur du Développement Durable, c'est

> « une des premières entreprises françaises qui a pris l'engagement de concilier les perspectives de long terme du Développement Durable avec les impératifs de rentabilité de court terme »[54].

Cet engagement de long terme, SUEZ le rappelle au fil de ses éditions pour montrer le caractère durable de son implication.

> « Nous avons été les premiers à lui consacrer un cahier de notre rapport d'activité 2000. »
> « Ces convictions ne sont pas nouvelles. Depuis la création de SUEZ en 1997, le Développement Durable est constitutif de son identité, de sa mission et de sa stratégie. »[55]

La conception du Développement Durable évolue de 1997 à 2007. Elle s'inscrit dans une compréhension « classique » de la notion autour des trois piliers, des valeurs de responsabilité et d'éthique. L'engagement

[53] Dossier de Presse : « SUEZ et le Développement Durable : un engagement, des actions ».
[54] Dossier : « SUEZ, concilier la responsabilité environnementale avec les responsabilités sociales et économiques », p. 12-19.
[55] Rapport d'activité et du Développement Durable, Message de Gérard Mestrallet, 2002 et Rapport d'activité et du Développement Durable 2005.

pour le Développement Durable semble naturel, résultat de l'activité du Groupe dont les métiers sont placés au cœur des enjeux planétaires.

> « Apporter l'énergie, l'eau, éliminer les déchets : nos métiers sont au cœur des grands enjeux du monde. Nous en sommes un acteur engagé, responsable, parce que nous sommes compétitifs et rentables. C'est pourquoi nous avons souhaité cette année, pour la première fois, vous présenter dans un même document l'information concernant nos activités sur l'année et un rapport économique, social et environnemental. »[56]

La figure de Gérard Mestrallet est essentielle à l'arsenal discursif déployé à travers ses éditoriaux annuels qui placent régulièrement le Développement Durable au cœur de son texte. Entre 2001 et 2006, les messages du Président sont plus ou moins placés sous le signe du Développement Durable. Ils passent d'une notion d'éthique et de responsabilité vis-à-vis de la Planète et des clients à une redéfinition propre d'un Développement Durable utile pour la compétitivité du Groupe.

> « Le Développement Durable est un élément de compétitivité important pour le Groupe. »[57]

Ces gains de productivité, de compétitivité et d'avantages quantitatifs au niveau des métiers de SUEZ soulignent très visiblement que la démarche de SUEZ est à la fois un engagement responsable et une vision stratégique pour gagner des parts de marché et assurer la croissance du Groupe. Résumer l'engagement de SUEZ à une conviction intéressée et à visée financière serait réducteur. Si le Groupe choisit de mener une politique de Développement Durable utile à son activité, elle se réapproprie la notion pour lui offrir une identité discursive et conceptuelle propre à l'organisation afin de garantir sa pérennité.

> « Nous avons réfléchi à notre contribution à très longue échéance : nos activités continueront de servir l'intérêt général sur le long terme. »[58]

Cette réappropriation et la densité que le Groupe apporte au concept se manifeste par la volonté de réviser des modes de production et d'organisation, une double contrainte technologique et d'innovation.

> « Nous devons inventer une croissance écologique pour faire évoluer notre manière de consommer et promouvoir des modes de production durables. »[59]

SUEZ décline un Développement Durable qui soit « le langage des actes » (Rapport 2002). L'engagement de SUEZ s'est concrétisé à travers une série de chartes signées à commencer par la Charte Sociale Internationale signée en 1998, la Charte de l'environnement datant de 2000, la Charte Ethique, les règles d'Organisation et de conduite des sociétés et la Charte Sociale Internationale, toutes trois signées en 2001 et enfin, la Charte de la diversité datant de 2004.

L'engagement fort de SUEZ pour améliorer les conditions de travail de ses salariés et pour inculquer une forte responsabilité tant auprès de ses collaborateurs que ses fournisseurs montrent un engagement marqué dans le pilier social. Le pilier social est le pilier d'ajustement du Développement Durable, le domaine où les actions de l'entreprise sont dites les plus faciles à mettre en place malgré le changement profond que de nouvelles initiatives suscitent notamment au niveau des mentalités. De fait, les piliers économique et environnemental au niveau de l'entreprise appellent à des synergies, un diagnostic des activités et à fixer des objectifs nécessitant des actions transversales entre les directions d'une même organisation.

L'illustration de l'engagement de SUEZ se décline à travers cinq priorités thématiques liées aux métiers du Groupe. Ces priorités sont définies en 2005 signe d'une maturité discursive en faveur du Développement Durable. Ils répondent aux objectifs et missions de l'organisation.

---

[56] Rapport d'activité et du Développement Durable, Message de Gérard Mestrallet, 2001.
[57] Rapport d'activité et du Développement Durable, Message de Gérard Mestrallet, 2004.
[58] Rapport d'activité et du Développement Durable, 2002.
[59] Rapport d'activité et du Développement Durable, 2006.

« Parmi les grands défis planétaires, SUEZ en a identifié cinq qui sont étroitement liés à ses métiers. Leur prise en compte est source de progrès car, tout en contribuant au développement durable de ses parties prenantes, elle offre au Groupe les moyens d'assurer le sien et de gagner en performance. »[60]

Ces cinq priorités sont :

1. la mutation des marchés,
2. l'ancrage territorial,
3. la préservation des ressources,
4. la qualité de la vie,
5. le changement climatique.

Ces thèmes correspondent à une démarche de progrès au sein du Groupe, ils répondent à la fois aux attentes liées au concept de Développement Durable, aux métiers de SUEZ et à la particularité de l'organisation du Groupe. Chaque défi se traduit par une série d'actions avec des indicateurs de suivi dans une démarche qui répond à des valeurs et un engagement stratégique cohérent tant pour SUEZ que pour ses filiales.

« Nous avons identifié des défis qui posent question sur la stratégie du Groupe en se projetant. Quels sont les points qui vont influencer l'activité du Groupe ? On a donc choisi le changement climatique, la qualité de la vie, l'ancrage territorial pour bien travailler dans les bassins où l'on est présent (…) On a demandé aux Business Unit, ce n'est pas de remplir des tableaux avec des cases, c'est d'être en cohérence avec les fondamentaux identifiés et que chacun s'engage dans une démarche qui soit utile sur plusieurs points et de façon à ce que ce soit utile pour leur business. Et c'est ça qui est fondamental. Si cela ne se traduit pas comme ça, cela ne sert à rien. »[61]

Choisir le défi du changement climatique est un engagement intéressant pour une organisation privée. Ce thème de plus en plus abordé sur la sphère médiatique et pour lequel des actions urgentes sont demandées à l'Etat, est un moyen pour SUEZ de répondre aux discours alter mondialistes qui condamnent les industriels pour leur participation à l'augmentation des températures. Il vise à réviser les processus d'organisation, à concevoir de nouvelles technologiques plus efficientes et à contraindre certaines unités à s'adapter aux normes en vigueur. Si le défi du changement climatique est probablement l'enjeu le plus difficile à relever en matière d'organisation du métier du Groupe, il est un lieu discursif fort.

« Répondre au réchauffement climatique, c'est conjuguer des réponses à la fois dans l'énergie et dans l'environnement » Rapport d'activité et du Développement Durable, SUEZ 2006.

Cette déclinaison du Développement Durable par priorités que l'organisation choisit, montre la réappropriation de la notion par SUEZ. Cette propre vision du Développement Durable et de sa portée conceptuelle souligne la plasticité de cette notion qui s'adapte aux objectifs de chacun. Dans un contexte où le Développement Durable doit être utile, efficace et rentable, SUEZ propose un modèle de Développement Durable en cohérence avec ses métiers. Cet esprit se retrouve dans les éditions du Groupe qui proposent sa définition du Développement Durable en effaçant la citation et la référence à la notion de G. Brundtland.

L'ancrage territorial vise à développer des actions de proximité, des partenariats locaux et de dialogue avec le public et le client. La préservation des ressources et la qualité de la vie sont deux priorités très liées aux métiers de l'eau, l'assainissement et de la gestion des déchets. Les déclinaisons concrètes de ces axes à travers la *Road Map*, la feuille de route de SUEZ qui correspond à une volonté de décliner un concept par des actions concrètes que des objectifs de moyen et long terme notés par des indicateurs permettent de

[60] Rapport d'activité et du Développement Durable, 2005.
[61] Entretien Stéphane Quéré, Directeur du Développement Durable de SUEZ.

suivre les progrès réels sur le sujet. Cette démarche correspond à un langage « en action », à une volonté d'évaluer des résultats avec une visibilité directe évaluée par des chiffres, garant que l'entreprise tient ses engagements.

Une feuille de route de mise en pratique et de suivi

Suite à la création de SUEZ Environnement, le rôle de SUEZ est de donner des grandes lignes stratégiques dirigeant les valeurs autour desquelles doivent se définir les priorités d'action des filiales. Le rôle de SUEZ Environnement est d'impulser directement ce mouvement auprès des filiales, de jouer de relais auprès de SUEZ pour permettre le suivi et l'accomplissement des objectifs fixés. Dans cet esprit, SUEZ Environnement crée sa direction du Développement Durable en 2006, elle aboutit au lancement de la feuille de route. Cette dernière est une grille d'objectifs répartis par enjeux avec des indicateurs de suivi, les échéances et la distribution des responsabilités au sein de l'entreprise.

> « Véritable projet d'entreprise, la stratégie consignée dans la Feuille de Route touche à tous les métiers de SUEZ Environnement. Elle comporte au total 52 engagements concrets, dont 28 sont obligatoires pour toutes les entités. Celles-ci doivent à leur tour préparer leur propre feuille de route, adaptée à leur contexte spécifique, en fonction de leurs métiers, de leur culture, de leur niveau de développement. Début 2007, une dizaine de BU avaient déjà décliné la Feuille de Route, représentant près de 70 % du chiffre d'affaires de SUEZ Environnement. »[62]

A l'image de la stratégie de Développement Durable, l'engagement de SUEZ Environnement est défini autour de cinq enjeux prioritaires énoncés en fonction des trois piliers du Développement Durable. A ce titre, la politique de Développement Durable est très proche de la définition du concept à travers les trois axes environnement, société et économique. L'organisation propose une définition autour de trois fondamentaux soulignant une réappropriation prudente du concept à suivre le schéma classique discursif en matière de Développement Durable.

> « Le Développement Durable est un modèle de développement économique qui nous invite à un changement de perspective pour concilier :
>
> > la création de richesses,
> > la limitation de notre consommation des ressources naturelles,
> > la recherche de bien-être social.
>
> Les biens communs tels que l'air, l'eau, les réseaux hydrographiques et les ressources nécessaires aux générations futures sont les plus vulnérables par défaut de propriétaire et de défenseurs attitrés. »[63]

Cette reformulation cantonne la stratégie de Développement Durable autour des trois piliers ainsi que les cinq enjeux qui restent une déclinaison adaptée à l'entreprise des trois piliers. Les cinq enjeux de SUEZ Environnement répondent aux objectifs de Développement Durable en se définissant à partir de chaque pilier selon une perspective interne et externe à l'entreprise. Les deux premiers enjeux sont liés à la sphère économique pour répondre aux objectifs de l'entreprise, « Assurer notre pérennité par une croissance rentable et durable », et à des objectifs commerciaux tournés vers l'extérieur et soulignant l'adaptation de l'organisation aux contraintes externes, « Enrichir nos offres commerciales au bénéfice des clients et des usagers ». La même logique est appliquée pour le pilier social où il faut à la fois s'engager pour le personnel de l'entreprise, « Valoriser et protéger les ressources humaines de l'entreprise », et « Agir en entreprise citoyenne ». La vision intégrée de l'environnement propose des actions pour réduire l'impact de

[62] Bilan Développement Durable, SUEZ Environnement, 2007.
[63] Bilan Développement Durable, SUEZ Environnement, 2007.

l'organisation sur l'environnement en interne et externe pour « Préserver les ressources naturelles et limiter les impacts environnementaux ».

La suite de chaque enjeu est déclinée sous forme d'un engagement, une parole discursive qui définit l'enjeu que SUEZ Environnement explique et matérialise à travers une série de thèmes d'action et d'indicateurs de suivi. La Charte se décline avec un enjeu, un engagement et un texte explicatif pour chaque engagement. Par exemple, pour le premier engagement, « Assurer notre pérennité par une croissance rentable et durable », le sous titre est « Assurer la rentabilité nécessaire à l'exercice sain et durable de nos activités ». Cet énoncé reformule afin de préciser et densifier les propos, il explicite la compréhension de cet enjeu par l'organisation. Dans le texte explicatif, le Développement Durable est perçu comme un modèle économique, un moteur de croissance que l'entreprise souhaite garantir.

> « Associer croissance et développement durable. La notion de développement durable est indissociable de celle de responsabilité économique. Sans croissance rentable et durable, l'entreprise ne serait évidemment pas en mesure de protéger l'environnement ni de participer au développement de ses collaborateurs et des communautés au sein desquelles elle exerce. »

Chaque engagement est détaillé afin de rendre concret le discours. Les actions et les pratiques liés aux thèmes peuvent néanmoins s'éloigner de l'intitulé initial à l'exemple de l'enjeu 5.

> ENJEU 5
> Agir en entreprise citoyenne.
>
> ENGAGEMENTS :
> • Améliorer la qualité de service dans les quartiers défavorisés des villes clientes.
> • Favoriser le dialogue permanent et les relations d'échange mutuel avec nos partenaires extérieurs et les ONG.
> • Développer une politique d'achats qui privilégie les produits d'éco-conception, les énergies et les ressources naturelles renouvelables et le commerce équitable, ainsi que l'alignement des fournisseurs sur ces pratique
>
> *(DISCOURS)*
>
> NOURRIR LES RELATIONS AVEC LES COLLECTIVITÉS ET LES RIVERAINS
> Membre à part entière de la communauté dans laquelle elle opère, SUEZ Environnement entretient avec les riverains de ses installations des relations d'écoute et de transparence afin de les sensibiliser, de les informer et de recueillir leurs attentes pour mieux y répondre.
>
> UNE RESPONSABILITÉ AU NIVEAU PLANÉTAIRE
> Signataire des objectifs du millénaire dans le domaine de l'eau, SUEZ Environnement participe activement à la "vraie bataille de l'eau" en cherchant à définir et à déployer des mécanismes qui lui permettent de conduire une action efficace et durable.
>
> L'EAU POUR TOUS : GÉNÉRALISER L'ACCÈS À L'EAU POTABLE ET À L'ASSAINISSEMENT
> En Septembre 2000, 189 pays membres de l'ONU signaient les Objectifs du Millénaire pour le développement et s'engageaient à réduire de moitié, avant 2015, le pourcentage de la population qui n'a pas un accès durable à un approvisionnement en eau potable et à un système d'assainissement.
>
> SOLIDARITÉ ET CITOYENNETÉ
> Une entreprise comme SUEZ Environnement peut, grâce à son savoir-faire, apporter son soutien lors de situations d'urgence ou participer à des actions citoyennes.

L'enjeu définit les grandes lignes, les engagements fixent les objectifs, le discours lui, se réapproprie l'enjeu en fonction des métiers et des missions de l'organisation. Le texte proposé par SUEZ Environnement correspond à des réalisations passées de l'entreprise ; il apparaît en décalage avec la feuille de route fixée pur 2006-2011. Le décalage discursif a pour but de montrer que l'entreprise est engagée, qu'elle a déjà des exemples de bonnes pratiques et des succès favorables à la protection de l'environnement. A ce titre, le « Bilan de Développement Durable » est sous titré « une année dans les

métiers de l'environnement », une reprise des précédentes éditions de SUEZ Environnement glissant peu à peu dans le choix des termes.

2003 : Rapport de Responsabilité Sociétale et Environnementale
2004 : « Les métiers de SUEZ dans l'environnement »
2005 : « Une année dans les métiers de l'environnement »
2006 : « Grands savoirs environnementaux »
2007 : « La référence dans les métiers de l'environnement »

L'introduction du terme de Bilan de Développement Durable avec la Feuille de route permet le changement et l'articulation entre environnement et une stratégie intégrée de Développement Durable. L'articulation entre le passé et les nouvelles priorités est une réponse logique à l'histoire de l'organisation et à ses nouveaux objectifs. La logique de Développement Durable est pour l'instant axée autour d'objectifs et d'indicateurs sans véritable réappropriation du concept.
La diffusion du discours montre un départ de l'entité principale vers sa branche Environnement. Au niveau local, les filiales ont déjà une perception propre du Développement Durable qui s'adapte à la feuille de route de SUEZ Environnement tout en contribuant à nourrir ses objectifs, montrant une circulation à plusieurs échelles du discours et une mise en visibilité fonction du contexte.

Un engagement citoyen et pour la ressource

Quelles sont les stratégies de Développement Durable des filiales dans ce contexte fortement engagé sur le discours et l'action en faveur du concept défini par G. Brundtland ? Lyonnaise des Eaux et LYDEC ont naturellement intégré le principe de Développement Durable dans leurs rapports d'activité pour valoriser leurs actions environnementales et sociales. L'arrivée de la *Road Map* et la création de directions de Développement Durable contribuent à modifier leur engagement respectif décliné concrètement à travers des résultats et charte d'engagements.

Les 12 engagements de Lyonnaise des Eaux

Si en 2002, Lyonnaise des Eaux est « une entreprise au service des consommateurs d'eau »[64], elle est dès 2003 : « Lyonnaise des Eaux : le Développement Durable en action ». Par le choix de ce slogan, LDE veut inscrire son discours dans celui de la preuve avec des exemples concrets pour justifier de son activité. Déjà en 2002, LDE se présente comme « un acteur reconnu du Développement Durable ». Elle est « aux yeux du grand public (...) la troisième entreprise reconnue et légitime à travers ses missions, dans le domaine du développement durable » (source IFOP). Pour signaler la concrétisation de ce titre, le rapport présente les Trophées Halieutica.

> « Premiers trophées de la pêche, ils sont destinés à encourager et mieux faire connaître les initiatives locales en faveur de la protection des milieux aquatiques »[65].

La préoccupation pour l'environnement se retrouve dans l'ensemble des supports de communication rassemblée sous ce slogan générique : « Pour l'eau ». La conscience qu'il faut respecter et travailler autant pour l'eau que pour le consommateur, inscrit directement LDE dans un discours responsable. La batterie classique d'acteur responsable est ainsi déployée exprimé par les mots de « engagement », « agir », « être

[64] Lyonnaise des Eaux, Rapport d'activité 2002, Paris : 2002.
[65] Lyonnaise des Eaux, Rapport d'activité, Paris : 2002.

un acteur responsable », « action citoyenne », « entreprise citoyenne » ou encore un choix de verbes pour qualifier les actions : « protéger », « gérer durablement », « garantir », « dépolluer », « conseiller », « pérenniser le patrimoine ».

LDE veut s'instituer comme un acteur répondant aux attentes et aux exigences du Développement Durable et de la protection de l'environnement, plus particulièrement de la ressource eau. Pour cela, elle crée en 2004, une direction du Développement Durable.

> « Issue de la démarche Lyonnaise 2010, la création d'une Direction de Développement Durable a pour mission de **fédérer toutes les initiatives de l'entreprise en faveur du Développement Durable**, mais aussi d'en susciter de nouvelles. Son rôle consiste également à accompagner les collectivités locales dans leurs propres démarches dans ce domaine : certification environnementale des installations de traitement d'eaux usées, élaboration d'agenda 21, participation aux commissions consultatives »[66].

La mission du Développement Durable de LDE est tirer une cohérence d'une action locale - régionale née des centres régionaux pour attribuer une visibilité nationale à LDE sur le discours de Développement Durable. Elle répond à une demande de prise de position claire déjà initiée dans les régions pour répondre aux exigences des collectivités locale et s'affirmer face à la concurrence. Cette politique veut stabiliser LDE comme une entreprise, un acteur à la RSE affirmée. Autour de ses trois piliers s'articulent des projets et axes de communication forts.

- Au niveau social : l'intégration du handicap ; la diffusion d'information en braille dans *L'Eau et Vous* ; l'emploi des jeunes comme le projet « Aide aux jeunes diplômés » lancé par Lyonnaise des Eaux Grand Ouest en partenariat avec l'ANPE de Labenne[67] ; aide aux familles en difficulté en participant à 32 commissions d'attribution des aides solidarité logement organisées au niveau des départements. Plus récemment, LDE a lancé une campagne phare pour l'emploi en faveur des personnes handicapées. Elle inaugure en novembre 2004, la plateforme Essor pour les travailleurs handicapés et s'engage à recruter 70 personnes d'ici 2010. Dans sa nouvelle charte, elle s'engage pour l'emploi des jeunes par la signature de 1.000 contrats en alternance d'ici 2010.

- Au niveau économique : un programme cible « les femmes à s'insérer dans le monde du travail »[68]. Réalisé en partenariat avec le Plan Local pour l'Insertion et l'Emploi (PLIE) des Hauts de Garonne, la Direction Départementale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (DDTEFP), le Conseil Général, l'ANPE et la Direction Régionale aux Droits des Femmes et à l'Egalité, « cette action vise à la mise en commun des compétences pour lutter contre l'exclusion des femmes du marché du travail ». Action mise en place en 2000, elle a permis l'embauche de femmes en contrat à durée indéterminée.

- Au niveau environnemental : le respect de l'environnement s'intègre à une obligation fonction des directives françaises et européennes. Cela se traduit par solutions techniques pour sécuriser les sites, prévenir les pollutions ou choisir des process respectant l'environnement. Des actions de sensibilisation à l'environnement et à l'eau se concrétisent par des partenariats avec des associations locales spécialisées dans l'environnement (Réseau Eau Nature, Nature pour Tous, Méditerranée 2000, etc.)

Pour conserver la cohérence de l'engagement de l'entreprise, elle valorise des partenariats axés sur des valeurs clés au service de la RSE. Ces partenariats sont l'occasion de « prouver » les discours dans la

[66] Lyonnaise des Eaux, Rapport d'activité, Paris : 2004, p. 7.
[67] SUEZ, Dix ans de Responsabilité Sociale, Paris : 2006, p. 28.
[68] SUEZ, Dix ans de Responsabilité Sociale, Paris : 2006, p. 67.

mesure où « l'entreprise responsable doit prouver plutôt que communiquer »[69]. Les partenariats nationaux, au contraire des actions locales, indiquent les valeurs défendues par LDE.

Les trois partenariats nationaux sont les Trophées Halieutica, les Chemins de l'Eau et Immeubles en Fête.

> « Les Trophées Halieutica Lyonnaise des Eaux ont pour objectif de valoriser et de récompenser des actions de protection et de sensibilisation du milieu aquatique menées par des associations ou des écoles de pêche. »

Organisés chaque année de 2002 à 2006, les Trophées Halieutica jouissent d'une reconnaissance du monde de la pêche manifestée par une couverture médiatique de plus en plus forte des réalisations des associations en compétition. Organisés en partenariat avec le Conseil Supérieur de la Pêche et l'Union pour la Pêche en France, ces Trophées ont un double valeur : l'ancrage locale par la promotion de l'initiative d'associations et la préservation du milieu aquatique en accord avec un public cible, les pêcheurs. Encourager la pêche est à la fois une nécessité pour agir sur l'image d'une entreprise polluant les rivières par le rejet d'eaux usées (traitées) et un choix politique de proximité avec l'élu issu de communes rurales ou semi-rurales. L'enjeu de ces trophées est la promotion de LDE au niveau local à travers une reconnaissance et un impact médiatique dans la presse spécialisée et régionale.

« Les Chemins de l'Eau » s'intègrent à la semaine du Développement Durable organisé par le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable depuis 2003. Cette opération « propose pendant une journée de sensibiliser les scolaires au respect de l'environnement et du milieu aquatique. »[70] Dirigé en priorité vers les classes de CM, les Chemins de l'Eau « mettent en place des actions concrètes qui visent à accroître la sensibilité à la protection de l'environnement ». Les valeurs privilégiées sont la transmission de la citoyenneté dans une logique inter-générationnelle et l'implication par des opérations organisées en partenariat (écoles, communes, associations) où chacun est un acteur.

« Immeubles en Fête », la fête des voisins organisée par l'association du même nom se déroule chaque année le dernier mardi du mois de mai. Derrière cette opération grand public, Lyonnaise des Eaux choisit l'image de la convivialité et de la proximité à travers une action qui lui offre une visibilité nationale et de pénétrer le tissu social. Ces partenariats nationaux offrent une singularité à Lyonnaise des Eaux dans l'entre deux de communication qui existent entre la localité - régionalité et la forte personnalité de SUEZ.

Ces partenariats s'intègrent à la politique de Lyonnaise des Eaux précédant la démarche intégrée de Développement Durable et ses 12 engagements destinés à fédérer les actions déjà existantes. Véritable tournant discursif, cette charte succède la Road Map de SUEZ Environnement. Elle cumule des obligations de contrat comme la lutte contre le gaspillage de la ressource, des bonnes pratiques déjà lancées au sein de l'entreprise qu'il s'agit de reproduire dans d'autres centres comme la procédure « accès à l'eau pour tous » créée à Dunkerque et enfin, de nouveaux objectifs pour l'organisation comme l'organisation de forums pour inciter au dialogue sur les sujets de Développement Durable et d'accès à l'eau. Dans cette dynamique, LDE procède à une évaluation de sa Charte un an après avoir lancé son nouveau projet, un moyen de rendre concret un discours.

> « Comment mesurer la performance d'une démarche de développement durable ?
> Un an après avoir pris 12 engagements pour une gestion durable de l'eau, Lyonnaise des Eaux, Groupe SUEZ, rend public son 1er bilan : succès et prochains enjeux. Pour la 1ère fois, une entreprise présente l'intégralité des résultats d'un audit mené par Vigeo. » Communiqué de Presse Lyonnaise des Eaux, 2007.

Un an après, l'engagement de Lyonnaise est vérifié par une institution de notation sociale et par des actions qu'elle valorise en revoyant sa charte de Développement Durable du 2008. Cette dernière se

[69] CHELHOD, G. L'expression d'entreprise, février-mars 2004.
[70] Lyonnaise des Eaux, Les Chemins de l'Eau, plaquette 2006.

calque sur le schéma de la Feuille de route de SUEZ Environnement. Cette démarche se remarque particulièrement dans le Rapport d'activité intitulé *Rapport d'activité et du Développement Durable*. Il reprend la même organisation que les rapports d'activité de SUEZ et SUEZ Environnement. Cette démarche en cohérence avec le Groupe. Elle affiche une visibilité homogène sur les sujets politiques et stratégiques comme le Développement Durable est un moyen de motiver en interne et de communiquer sur un discours responsable auprès des différents publics de l'organisation.

L'engagement citoyen de LYDEC

Le Développement Durable à LYDEC est considéré comme un engagement citoyen, une participation au développement de la ville et une action pour la préservation de l'environnement. Plus que le Développement Durable dont le terme apparaît en 2001 dans les Rapports annuels de LYDEC, l'organisation souhaite s'imposer comme « un partenaire à part entière des citoyens et de la société civile » (Rapport annuel 1999).

Dans cette démarche, la logique discursive est marquée par la recherche de légitimité de LYDEC en tant qu'entreprise de la ville. Le discours constate, décrit et justifie. Il se veut global, totalisant dans la mesure où il énonce des discours généraux sur l'environnement notamment sur la ressource eau. L'eau désigne la rareté de la ressource, elle est un « bien précieux » qui nécessite une « gestion rationnelle » et l'activité de LYDEC tend à la « préservation de l'eau ». Cette protection ne peut se faire que par des actions citoyennes et la sensibilisation.

> « Protéger l'environnement, lutter pour que soit préservée la qualité de l'eau, du monde qui nous entoure, ne peut aller sans la nécessité de sensibiliser les jeunes et les moins jeunes à la question fondamentale de l'eau en tant que bien précieux. »[71]

La citoyenneté passe par « l'apprentissage », « l'éducation et la formation environnementales ». Dans ce contexte, la stratégie de LYDEC s'affirme autour de trois volets : les programmes de raccordement aux services (eau et électricité), l'éducation et l'environnement. À travers son discours, LYDEC s'impose comme une entreprise consciente des enjeux, elle justifie son engagement par son expérience et son statut, « LYDEC est **de fait**, une entreprise citoyenne ».

Dans ce contexte, l'émergence du Développement Durable ne bouleverse pas le discours de LYDEC axé sur l'ancrage territorial, la ville et le citoyen. En 2001, le mot de Développement Durable apparaît, il n'est pas défini et poursuit l'engagement citoyen de LYDEC. « Acteur de vie », le discours est globalisant et englobant par la répétition « pour tous », « du plus grand nombre », « des casablancais ». Peu à peu, le discours citoyen de LYDEC cible celui du cadre de vie. Elle est le partenaire, l'acteur, l'entreprise de la vie de la collectivité., LYDEC est « un acteur clé du secteur urbain » (Rapport annuel 2003).

Cette démarche de proximité placée « au cœur des quartiers » conduit LYDEC à poursuivre sur ce schéma discursif après la Road Map 2007 qu'elle doit adapter à son contexte. LYDEC s'est illustrée dans la protection de l'environnement à travers des actions de sensibilisation en direction des scolaires, la lutte contre le gaspillage de la ressource ou encore, l'accès à l'eau pour tous. Afin de poursuivre son engagement en faveur du Développement Durable, LYDEC cible des actions dans le domaine humain et technique. Cette nouvelle responsabilité confirme son statut de citoyen.

> « Dans le cadre de ses missions, LYDEC inscrit son engagement sociétal dans une dynamique durable et développe des actions citoyennes dans les domaines du social, de l'éducation et de la préservation de l'environnement. »[72]

Dans ses nouvelles priorités, LYDEC a axé ses engagements pour développer et protéger son capital humain. Elle s'est déjà engagée pour garantir le respect des droits de l'homme et droit du travail dans ses activités et le prolonge avec ses fournisseurs par la signature d'une charte du Développement Durable.

[71] Rapport annuel, LYDEC, 2000.
[72] Exposition Ma planète, juin 2008.

Pour ses employés, elle développe la formation, l'accompagnement des nouveaux arrivants et devenir une entreprise apprenante afin de confirmer sa position d'organisation performante et innovante. Un nouvel axe fort de la politique de ressources humaines est la lutte contre toute forme de discrimination et de harcèlement, la promotion de la diversité et notamment de l'égalité entre femmes et hommes au sein de l'entreprise.

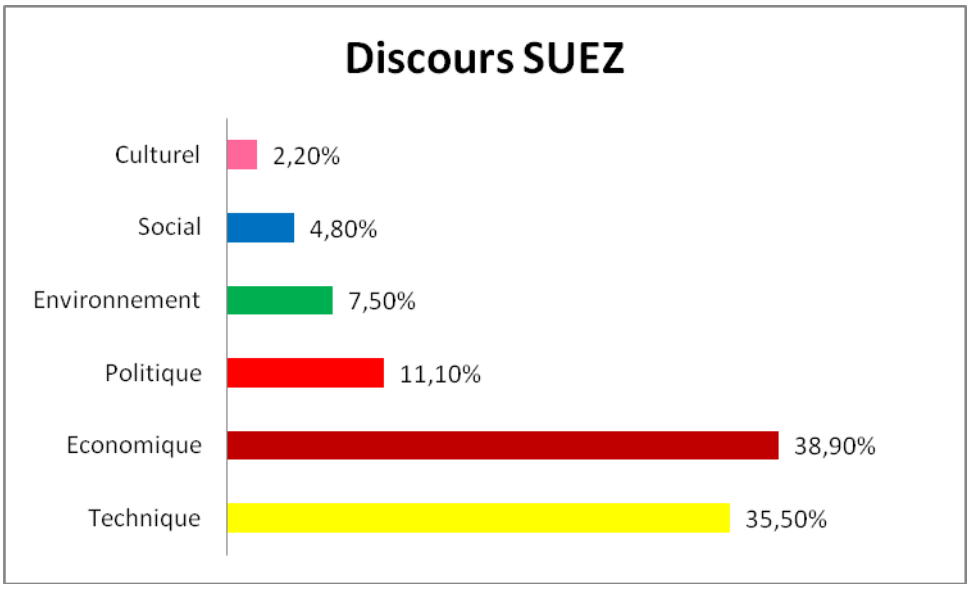
LYDEC renforce la protection des ressources et l'environnement de la région de Casablanca. Ses objectifs visent à la fois à maintenir la conformité de la ressource et de ses installations et aussi, de maîtriser la qualité des rejets dans le milieu naturel et la consommation des ressources. Cette activité doit s'inscrire dans une démarche de sensibilisation des employés à travers la promotion de bonnes pratiques. Elle s'engage pour le contrôle en interne de ses déchets, de sa production de gaz carbonique contribuant à l'effet de serre ou encore la maîtrise de la consommation des ressources dans le cadre de ses activités.

Ces actions suivent les grandes lignes de la Road Map que LYDEC s'est réappropriée du contexte marocain et de sa vision du Développement Durable, une stratégie axée sur l'ancrage territorial où la filiale marocaine met en valeur son statut d'acteur de la ville, au même titre qu'un citoyen. LYDEC souligne son statut d'organisation délivrant des services intégrés au quotidien des habitants de Casablanca lui donnant la légitimité de poursuivre son activité aujourd'hui et à long terme.

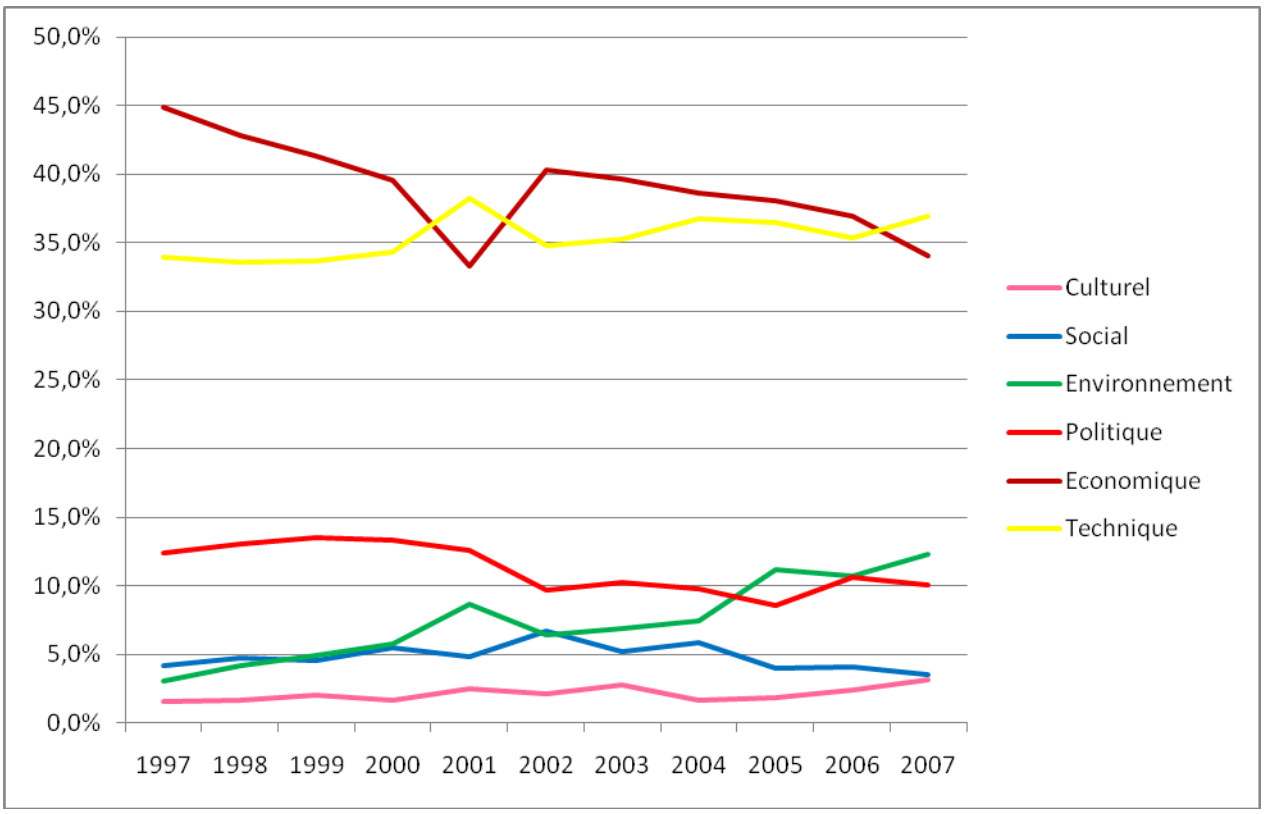
g. Résultats de l'analyse quantitative du corpus

Technique	31785	35,5%
Economique	34924	38,9%
Politique	9987	11,1%
ST	76696	85,5%
SPHERE PUBLIQUE	**89703**	**100,0%**
ST	13007	14,5%
Environnement	6758	7,5%
Social	4335	4,8%
Culturel	1914	2,2%

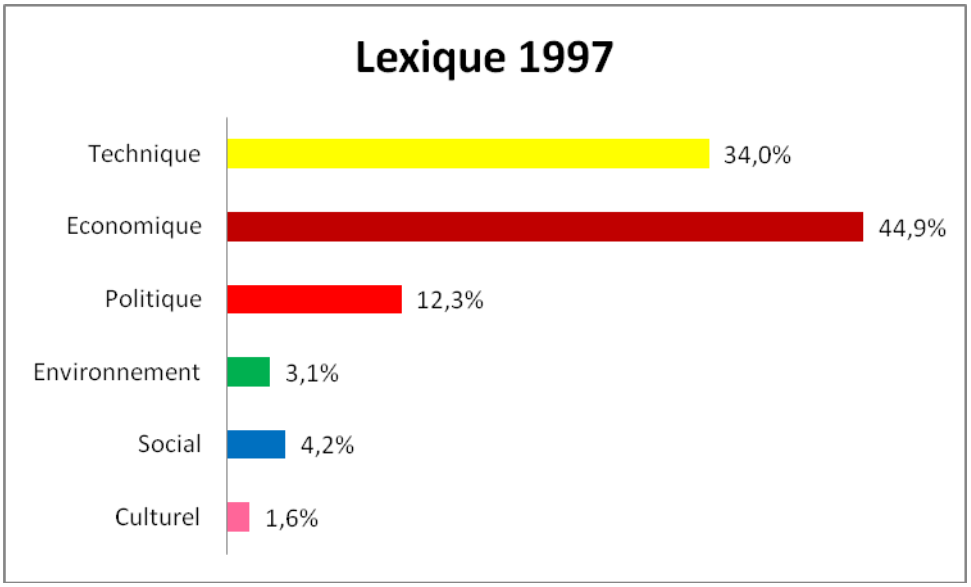
	Culturel	Social	Environnement	Politique	Economique	Technique
1997	1,6%	4,2%	3,1%	12,3%	44,9%	34,0%
1998	1,7%	4,7%	4,2%	13,0%	42,8%	33,6%
1999	2,0%	4,6%	4,9%	13,5%	41,3%	33,7%
2000	1,7%	5,5%	5,7%	13,3%	39,5%	34,3%
2001	2,5%	4,8%	8,6%	12,5%	33,3%	38,2%
2002	2,1%	6,7%	6,4%	9,7%	40,3%	34,8%
2003	2,8%	5,2%	6,9%	10,3%	39,6%	35,2%
2004	1,6%	5,8%	7,5%	9,8%	38,6%	36,7%
2005	1,8%	4,0%	11,2%	8,5%	38,0%	36,4%
2006	2,4%	4,0%	10,7%	10,6%	36,9%	35,4%
2007	3,1%	3,5%	12,3%	10,0%	34,0%	37,0%
Total	**2,2%**	**4,8%**	**7,5%**	**11,1%**	**38,9%**	**35,5%**



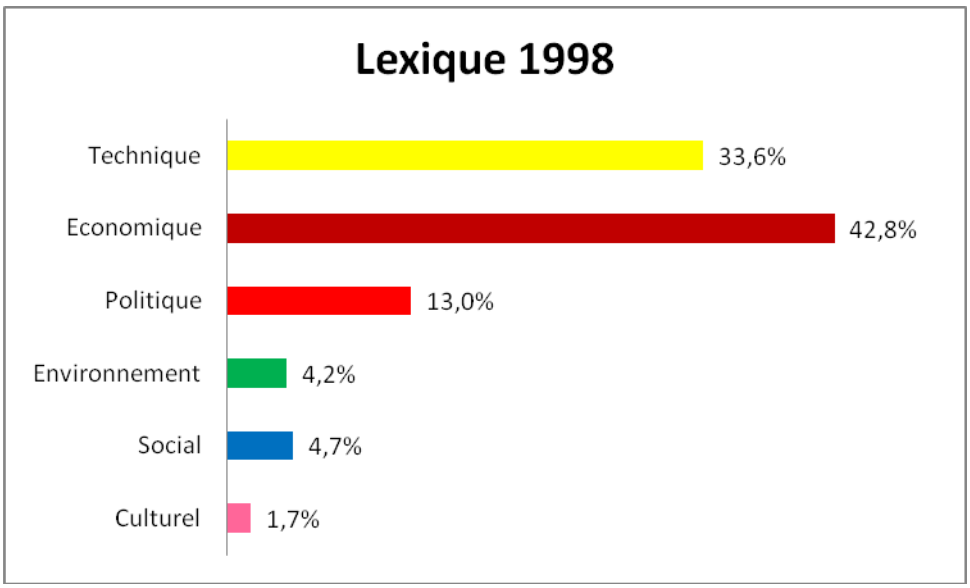
Répartition globale des lexiques de SUEZ



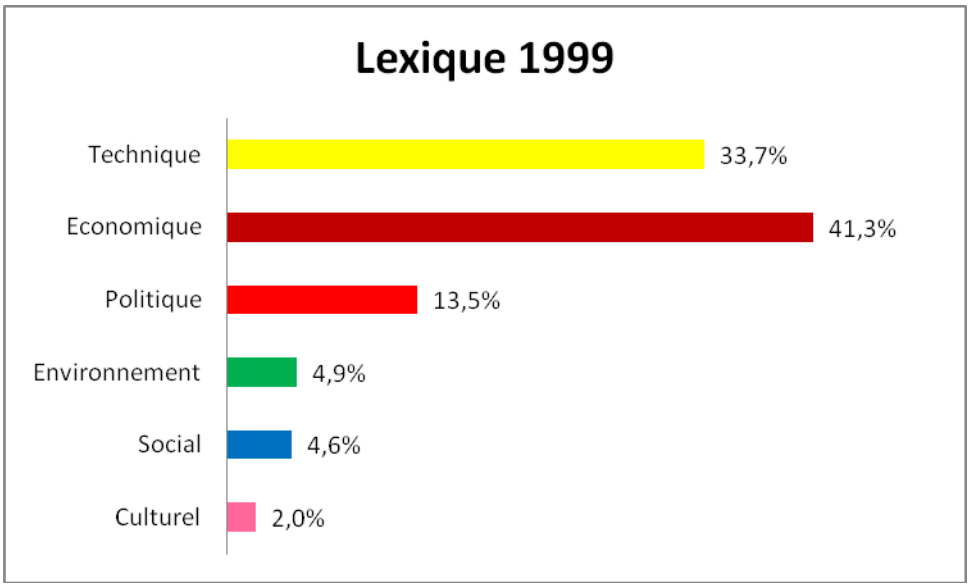
Evolution par lexique SUEZ de 1997 à 2007



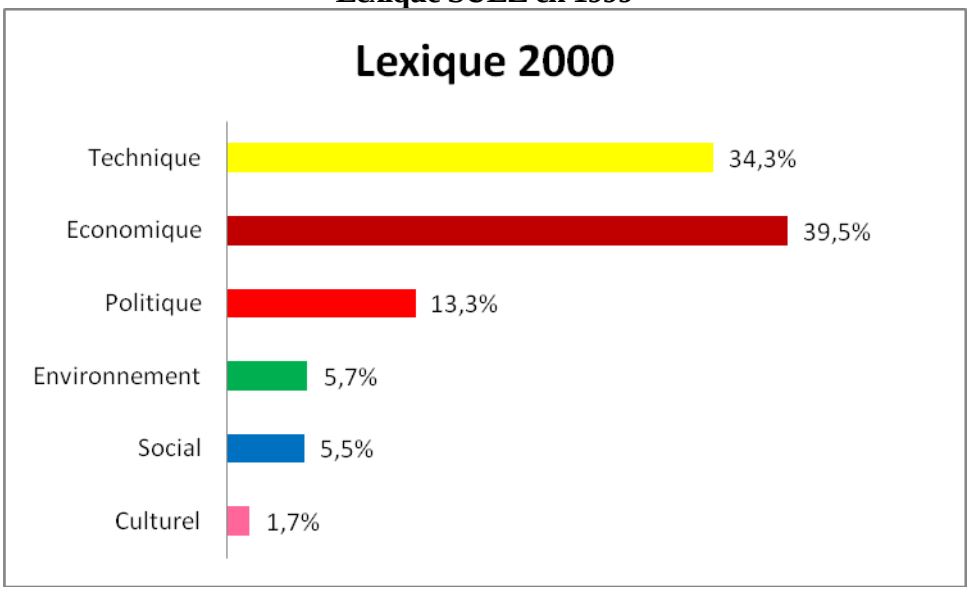
Lexique SUEZ en 1997



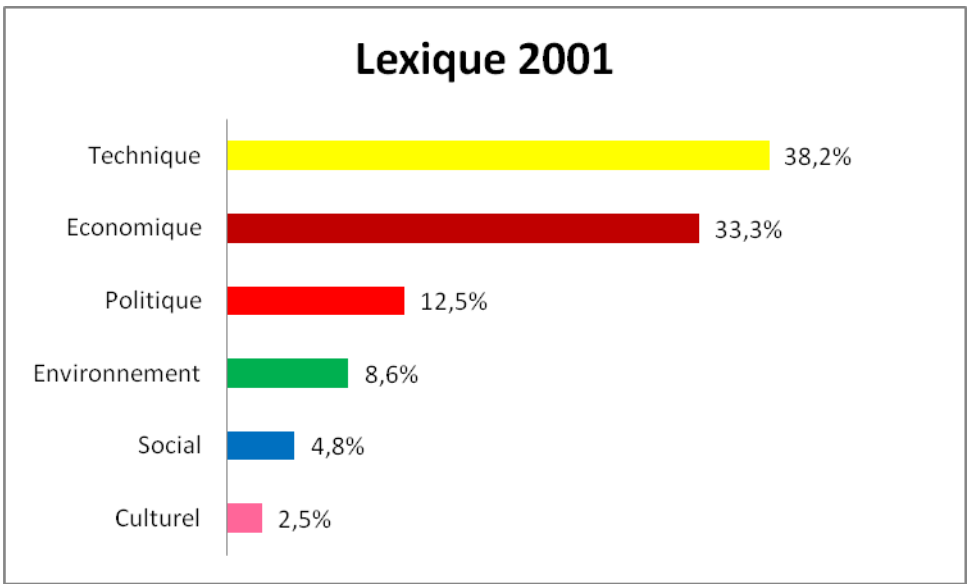
Lexique SUEZ en 1998



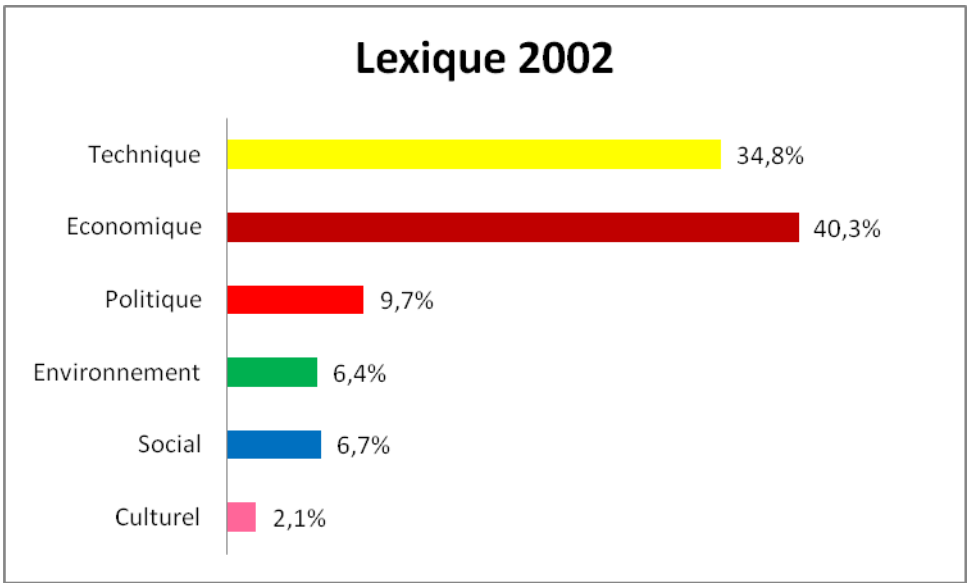
Lexique SUEZ en 1999



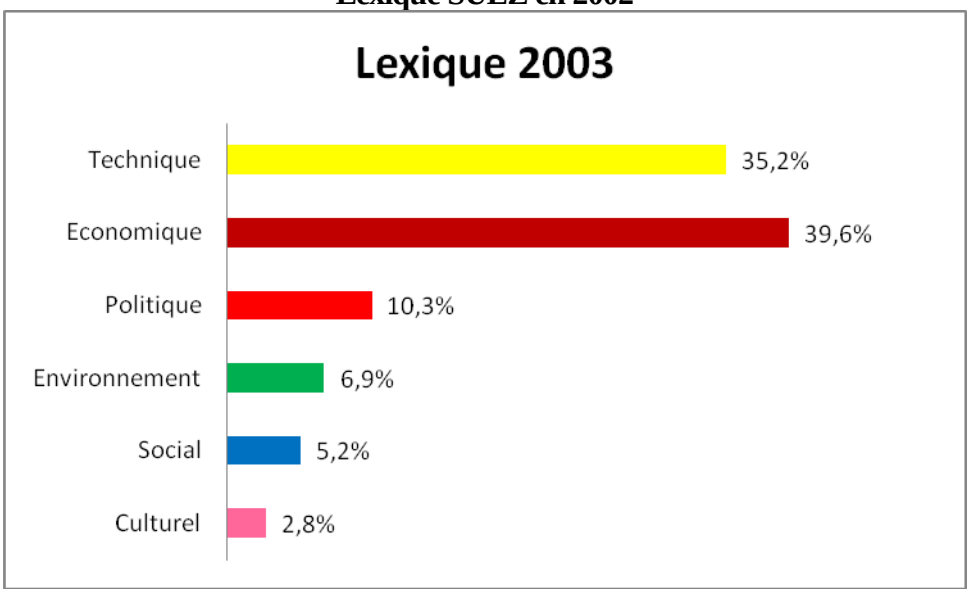
Lexique SUEZ en 2000



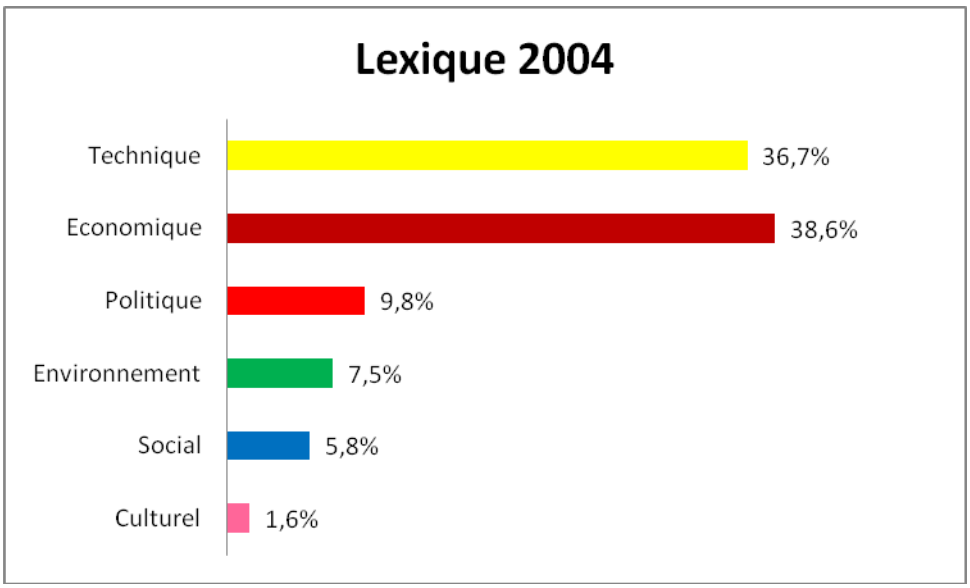
Lexique SUEZ en 2001



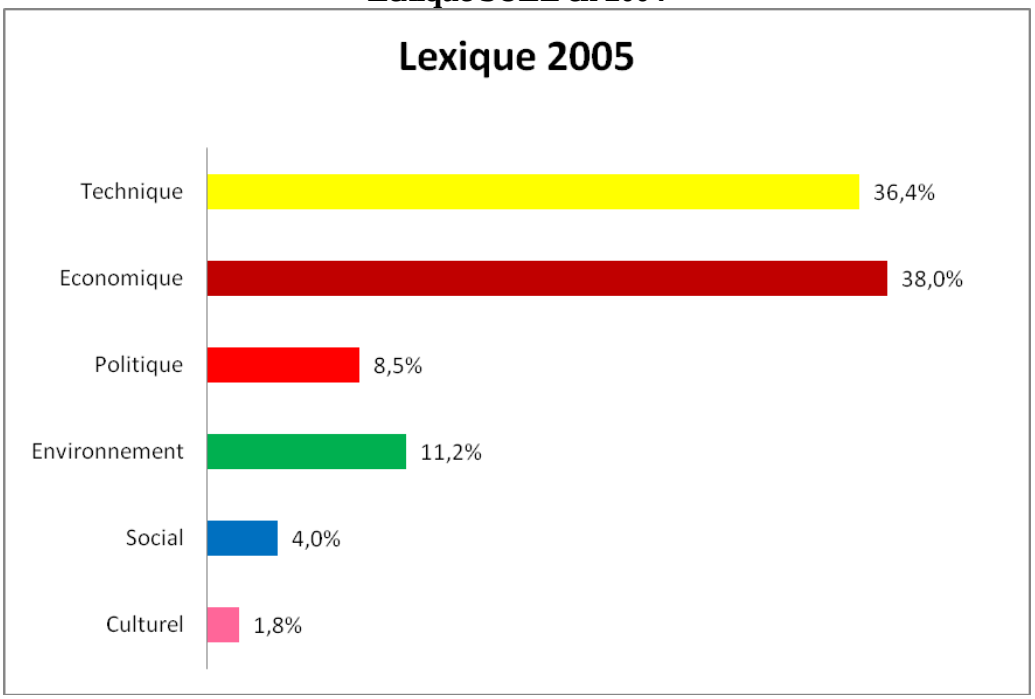
Lexique SUEZ en 2002



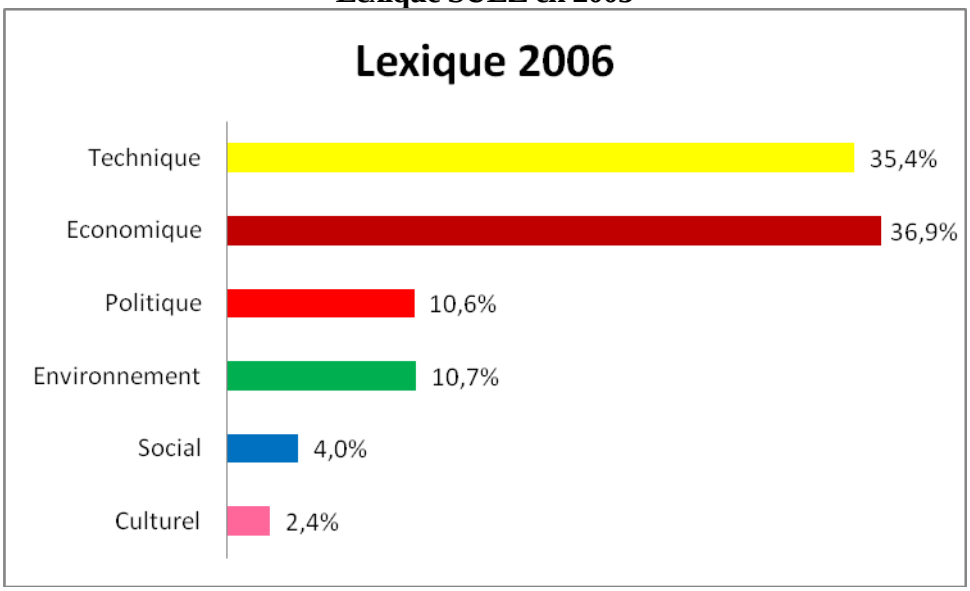
Lexique SUEZ en 2003



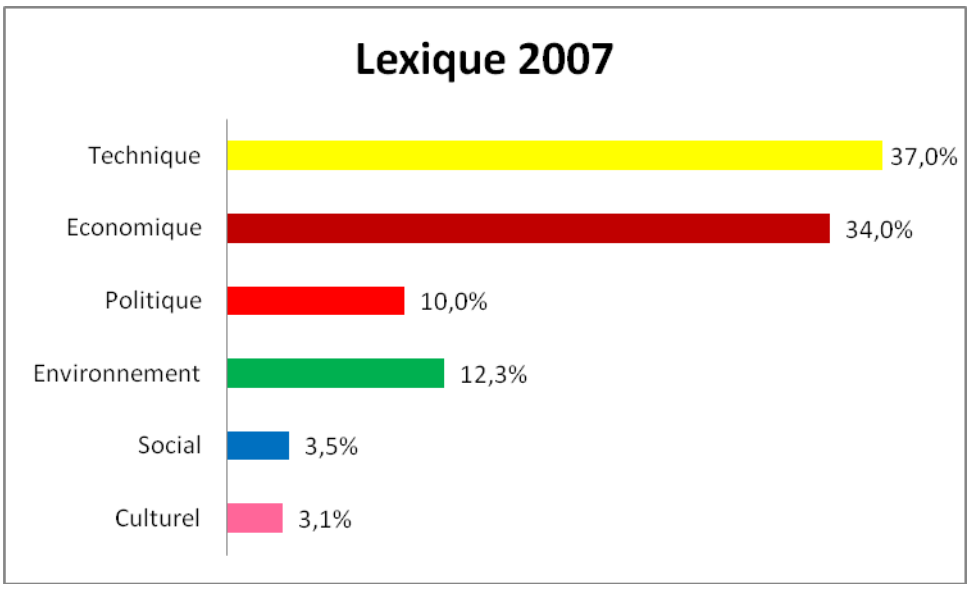
Lexique SUEZ en 2004



Lexique SUEZ en 2005



Lexique SUEZ en 2006



Lexique SUEZ en 2007

h. Etude de cas : « De vous à nous, choisissez l'eau du robinet. Analyse du support consommateur de Lyonnaise des Eaux, L'eau & vous »

En un clin d'œil

Objectifs :
Etude du magazine consommateur de Lyonnaise des Eaux comme support de communication grand public. Le but est d'établir quel est le discours mis en place, en quoi il cible la femme et quel est le statut de cette dernière.

Présentation de l'étude :
Cette étude pose les questions suivantes :

- **Traitement de l'information et contrat de lecture** : comment les problématiques d'usages relatives à la sphère privée sont-elles traitées ? Comment les questions techniques liées à l'activité de distributeur d'eau sont-elles abordées ? Comment s'intègre le développement durable dans le dispositif de L'eau & Vous ?
- **Construction de l'image de la femme** : quelle est l'image de la femme véhiculée par ce magazine ? En quoi ce magazine construit-il un rapport privilégié entre l'eau et la femme ?
- **Construction du produit & service « eau » :** Quelles valeurs de l'eau le magazine diffuse-t-il ? Quelle image le distributeur, Lyonnaise des Eaux, donne-t-il de lui-même ?

Pour répondre à ces interrogations, une synthèse élaborée d'après les résultats et analyses du corpus de référence répondra aux questionnements sur L'eau & vous autour de trois axes de réflexion suivant la construction d'une représentation sociale sur l'espace public :

- **S'intégrer dans la sphère privée :** un magazine d'information qui cible le consommateur à travers des préoccupations « foyer » sous-entendu la cellule familiale où la femme s'impose comme la gestionnaire principale.
- **Imposer sa marque :** les conseils pratiques et autres rubriques utiles dressent la fonction prescriptive de L'eau & vous qui se positionne comme support complice et donneur de bons gestes.
- **Affirmer son identité :** les valeurs de L'eau & vous s'imposent à la cible « Femme » et s'érigent comme un modèle de vie légitimé par un discours « environnement », dans une perspective de développement durable.

Méthode :

1. Analyse sémio–discursive (analyse du contenu des textes et de leur articulation avec les images de 10 numéros de juin 2002 à automne-hiver 2006)[73].
2. Un questionnaire quantitatif envoyé à 10 communicants et Textuel. 6 personnes ont répondu, ce qui a permis de constituer un panel représentatif du schéma de l'édition de L'eau & vous[74].
3. Retour qualitatif des 13 entretiens semi-directifs menés par ailleurs à Lyonnaise des Eaux, SUEZ Environnement et SUEZ.

Corpus[75] :
Supports de L'eau & vous depuis le lancement de l'édition en juin 2002.
Supports clientèle de Lyonnaise des Eaux depuis 2002.
Questionnaire L'eau & vous, décembre 2006.
Entretiens semi-directifs, décembre 2006 & janvier 2007.

[73] Cf. Annexe 1, p. 31.
[74] Cf. Annexe 2, p. 32.
[75] Cf. Corpus, p. 29.

Synthèse :

« De vous à nous, choisissez l'eau du robinet.
Analyse du support consommateur de Lyonnaise des Eaux, L'eau & vous »

La construction des valeurs de l'eau et du discours de distributeur sur la marque « eau du robinet », une eau féminine, une eau pour tous, une eau très « environnement ».

L'eau & vous est un magazine ciblé « client – consommateur ». C'est un support d'information destiné à délivrer des conseils à l'utilisateur du service de l'eau. Pour ce faire, il décline des pages régionales voire locales ainsi qu'un dossier thématique relatif, le plus souvent, à la qualité de l'eau. Une page pratique sur les usages de la maison est également présente sous la forme d'un graphique pédagogique et simplifié.
Ce support positionné « usagers » est néanmoins un magazine qui offre un contrat de lecture basé sur la complicité, la confiance, la proximité avec une cible clairement féminine. L'eau & vous est un magazine qui construit un discours sur l'eau pour enseigner les valeurs de l'eau en cohérence avec l'expertise et les intérêts du distributeur. Au fil de ses éditions, il affirme un mode de vie au cœur d'un dispositif discursif porté par une visée « environnement » et une personnification de l'eau, alliée amie et partenaire du quotidien.

Comment s'intégrer dans la sphère privée ? S'adresser à la mère.
L'eau & vous est présenté comme un support « grand public », « consommateurs » plus particulièrement. Lyonnaise des Eaux l'annonce comme un support destiné à ses clients dans son Rapport d'activité 2002 puis comme un support pour les consommateurs en 2005. Le glissement terminologique s'explique par la volonté du distributeur de s'adresser à un public élargi, une nécessaire démarche dans le contexte médiatique actuel. La diffusion de L'eau & vous reste néanmoins cantonnée au territoire de Lyonnaise des Eaux, le magazine étant uniquement distribué dans les communes desservies par Lyonnaise des Eaux, ce qui représente 9 millions d'abonnés « indirects ».
L'eau & vous est un exemple du genre, le premier magazine « consommateurs » publié par un distributeur d'eau. Ce magazine sous titré « le magazine de l'eau au quotidien » est un support qui s'apparente à celui des magazines féminins traditionnels du marché éditorial français. Son traitement tant visuel que stylistique l'apparente directement à *Femme actuelle* ou *Madame Figaro* dans la limite d'un traitement uniquement « eau ». Il correspond également aux magazines diffusés par des prestataires de services comme la FNAC ou Décathlon qui envoient des supports consacrés à ses produits à ses abonnés.
Pour s'adresser à sa cible, une femme âgée entre 35 et 55 ans habitant en Province, L'eau & vous choisit des thématiques propres à celles d'une gestionnaire de foyer avec un traitement ludique et pratique. Il s'adresse également aux centres d'intérêt d'une mère en lui parlant de ses enfants qui permet d' « établir une connivence avec la cible… Car si on me parle de mes enfants ça m'intéresse… »[76].
Dans cette visée, les thématiques sont liées à la santé, « ma forme et l'eau » insiste sur sa qualité (numéros 1 & 2), ses apports (4, 5, 8 & 10) et ses vertus ludiques (3). Elle est douée de valeurs curatives pour « décongestionner les rhinites bénignes » (numéro 4) ou partenaire des jeux d'été pour les enfants où « les jardins se transforment parfois en théâtres de jeux d'eau » (numéro 5). Dans le registre du plaisir et du bien être, les plaisirs gustatifs se conjuguent avec « des recettes alléchantes : réglisse, chocolat, gingembre » (numéro 10). « Elément essentiel pour la santé (…) du corps », le magazine prône par exemple, le bien-être dans la salle de bain par « l'alternance entre bains et douches [qui] permet de jouer sur les deux tableaux : relaxation le soir et énergie le matin » (numéro 6).
Le traitement visuel alterne également entre femmes et enfants. Sur les dix visuels en couverture, sept petites filles, deux femmes et un petit garçon. Ce choix permet de s'adresser à sa cible ; « la couverture doit être complice. On s'adresse aux femmes qu'elles soient célibataires, mamans ou mamies. Les hommes sont également lecteurs mais en plus petit nombre. On joue donc sur la complicité, la fraîcheur et la gaieté »[77]. A l'intérieur, les photos montrent des enfants, des femmes ou des mères à alterner avec des images prétexte (photographies de sport d'hiver, de cuisine, de jardins, de fruits et légumes).
Les photos d'enfants où bébé boit un biberon d'eau, sont très fréquentes. Elles véhiculent une image

[76] Questionnaire L'eau & vous. Julie Carcaud. Décembre 2006.
[77] Questionnaire L'eau & vous. Caroline Pollet. Décembre 2006.

rassurante mais également où l'image de l'eau qui se substitue au lait[78] du nourrisson (pour ces bébés qui sont souvent âgés de plus d'un an). L'enfant, c'est surtout l'avenir, « les enfants sont les adultes de demain et des « sujets » fédérateurs »[79]. Ils sont ceux à protéger et pour qui il faut protéger l'environnement d'aujourd'hui et de demain. Le style visuel induit une valeur d'engagement et de protection dans un support qui cherche à « informer et rassurer les consommateurs, notamment **les mères de famille** »[80].
Parallèlement à l'univers visuel, le style inclusif appelle également à la participation de la cible par l'utilisation du « nous » dans la rubrique « de vous à nous » et la déclinaison des rubriques du magazine à la première personne « ma région et l'eau », « ma forme et l'eau », etc. Le support a aussi recours à l'emploi de la deuxième personne du pluriel, (« simplifiez-vous » ; « votre écoute »), inclusive et s'adressant à un récepteur à la fois collectif (deuxième personne du pluriel) et un récepteur individuel (forme de politesse).
Par le « nous » / « vous » et une conjugaison à l'impératif et au présent, L'eau & vous est écrit dans un style qui immerge le lecteur, s'adresse à lui et l'implique dans les propos tenus. Le discours s'impose comme celui d'un expert, d'une instance émettrice d'un savoir que l'on ne peut contester de par ses interviews d'experts reconnus, l'utilisation de chiffres ou la citation des sources d'information utilisées. Il mélange une attitude protectrice qui s'apparente à celle de la mère ou de la grand-mère, et une attitude complice semblable au registre des magazines féminins. Cet aspect pratique inclusif crée une complicité, une relation de confiance qui fidélise la cible à sa marque à travers un contrat de lecture qui s'installe entre énonciateur et récepteur / destinataire.
Ce contrat de lecture est basé sur la confiance, la proximité et l'expertise. L'eau & vous impose également l'eau du robinet comme porteuse de valeurs touchant à l'ensemble des préoccupations quotidiennes de la famille : sa région, sa maison, son budget, sa forme, son environnement, son bien-être, sa consommation, etc. Bref, L'eau & vous se positionne comme un support d'information régulier et surtout, comme un mode d'emploi de l'eau, un moyen de consommer l'eau. Une fois le style et contrat de lecture posé, l'enjeu est désormais de rassurer sa cible sur une idée reçue qui semble à l'origine du discours de L'eau & vous : l'eau du robinet est dangereuse pour la santé particulièrement pour les nourrissons, les enfants et les femmes enceintes.

Pour imposer sa marque : informer, rassurer… Personnaliser votre eau.
La finalité de L'eau & vous ? Informer ! 83% des interrogés du questionnaire sur L'eau & vous[81] la classent comme la première préoccupation du magazine. Cette information passe par la localité et l'expertise du distributeur.
Les informations locales répondent à l'importance de développer une relation de proximité et de confiance avec le consommateur. Elle répond également à une logique de communication « près de vous » qui est le lieu de la visibilité de l'entreprise. L'objectif est d'être connue et reconnue dans une logique où la personne humaine accorde davantage sa confiance à un acteur déjà identifié ; « la bienveillance avec autrui s'accroît avec la proximité »[82]. La communication de proximité veut « peu à peu, par une opération raisonnée du terrain (...) opérer le travail de reconnaissance de l'entreprise »[83].
Ce découpage en éditions localisées correspond enfin, au fonctionnement du secteur de l'eau en France découpé par bassin (Agences de l'eau), région (DIREN) ou collectivités locales. Notons surtout que la gestion de l'eau dépend largement de l'histoire de la région concernée (choix entre délégation de service public ou régie publique). L'implantation de Lyonnaise des Eaux dépend donc d'un processus historique et d'une certaine culture communale qui ont intégré le distributeur dans le paysage de la ville. Cultiver, capitaliser et garantir la présence de Lyonnaise des Eaux par la proximité est une démarche logique que L'eau & vous peut éventuellement servir… D'où l'importance de ces informations auxquelles « les chefs d'agences sont attachés pour faire du commercial même si cela ne devrait pas être une finalité de L'eau & vous »[84].

[78] Sur la symbolique de l'eau et du lait, lire G. Bachelard *L'eau et les rêves* et Annexe 3, p. 38
[79] Questionnaire L'eau & vous. Pierre Drillon. Décembre 2006.
[80] Guide du rédacteur en chef local de L'eau & vous. 2005.
[81] Questionnaire L'eau & vous, décembre 2006.
[82] Libaert, T. *La communication de proximité*. Paris : Liaisons, 2001, p. 12.
[83] Op. cit., p. 12.
[84] Questionnaire L'eau & vous. Sophie Molina. Décembre 2006.

L'eau & vous obéit à cette logique et la transforme en force. Les pages sur « ma région » et les « échos sur l'eau » sont l'occasion de décliner l'offre service du produit vendu par Lyonnaise des Eaux. Si le lecteur ne choisit pas directement ces services offerts, il les paie par l'intermédiaire de la facture. Dans un contexte où le prix de l'eau est un sujet médiatique fort, L'eau & vous sert au distributeur pour s'affirmer comme un acteur intégré à la vie de la ville. Il pérennise sa position. Cette démarche s'inscrit dans la lignée des autres biens de service public comme la Poste, EDF ou la SNCF qui sont des entreprises nées du service public et qui fonctionnent aujourd'hui comme des marques. L'eau & vous répond à l'objectif de « donner aux locataires une information régulière comme peuvent le faire la Poste ou France Télécom »[85].
Pour accompagner cette démarche, L'eau & vous exploite le registre de l'expertise. L'image du distributeur s'impose comme celle d'un expert, d'une instance émettrice d'un savoir que l'on ne peut contester de par ses interviews d'experts reconnus, l'utilisation de chiffres ou la citation des sources d'information utilisées. Il mélange une attitude protectrice qui s'apparente à celle de la mère ou de la grand-mère, une attitude complice semblable au registre des magazines féminins.
Cette figure de l'expert est à ce titre, associée à la figure chaleureuse d'une sirène qui accompagne de nombreux supports qui ont précédé l'édition de L'eau & vous. Avant l'institution d'un magazine consommateur qui personnifie l'eau en tant que telle, la sirène servait de figure visuelle et symbolique des conseils donnés par Lyonnaise des Eaux. Figure aquatique connue, la sirène est associée à la mer dont les vertus sont apaisantes et réconfortantes telles à celles que G. Bachelard analysent dans son essai sur L'eau et les rêves.
Souriante, sympathique, des formes rebondies et fines, une chevelure blonde ou brune, la sirène de Lyonnaise des Eaux est déclinée sous les atouts réconfortants et rassurants d'une mère et amie. Elle est tantôt sirène avec son bébé sirène (une petite fille) qui boivent de l'eau à la paille dans des verres en forme de cocktail, sirène dans son jardin buvant un cocktail sous un chapeau de couleur, sirène longiligne qui pointe sur l'information, une sirène habillée en tenue d'hiver qui fait le geste de protéger le compteur d'eau ou encore, une sirène qui allume une ampoule pour signaler une idée. Elle accompagne le discours tenu dans le support (elle regarde l'eau ou les canalisations à la loupe, elle se rend dans l'agence clientèle, elle incarne la télé opératrice du numéro Azur de Lyonnaise des Eaux). La sirène de Lyonnaise des Eaux accompagne la démarche clientèle, la démarche « eau » de l'usager – consommateur.
Avec l'information locale et experte, c'est une eau rassurante qui se présente dans L'eau & vous. Douée de vertus, l'eau du robinet devient au fil de L'eau & vous, une marque de bouteille minérale à part entière, le support sert alors à souligner ses qualités et attributs. Au fur et à mesure du dossier « ma forme et l'eau », L'eau & vous se compare aux eaux minérales :

- c'est un produit du terroir comme Volvic ou Quézac dans le numéro 2 ;
- c'est un partenaire forme et beauté dans le numéro 6 et 7 comme Contrex ou Vichy Célestins ;
- c'est un produit chargé de vertus bonnes pour la santé comme les oligo-éléments de Volvic. L'eau du robinet est ainsi chargée de sels minéraux et de calcium dans le numéro 5 ou encore de « silicium, un minéral aux effets diurétiques qui favorise la fixation du calcium et protège les artères » dans le numéro 2.

Alliée contre la chaleur (numéro 3), partenaire d'une bonne nutrition (numéro 10), l'eau du robinet est source de bien-être… Bientôt de jeunesse ?
Cette capitalisation des vertus de l'eau permet de dépasser le discours sur l'eau, sa qualité et le risque sanitaire pour affirmer le positionnement de l'entreprise. En d'autres termes : l'eau est un produit qui peut entrer en concurrence avec Cristaline… Et autres. Elle est bonne pour la santé et eau de « marque » porteuse de valeurs auxquelles s'identifie la cible.

L'eau & vous affirme son identité à travers valeurs et modèle de vie.
« L'été nous **enseigne** les **valeurs** de l'eau. Alors, **agissons** ! »[86] Dès le premier numéro, le positionnement est clair. L'eau & vous propose des valeurs de l'eau, des règles et bonnes pratiques qui se déclinent autour de bonnes raisons présentées dans les numéros 1 & 10 : « six bonnes raisons de boire l'eau» pour la première édition et « quatre bonnes raisons de boire de l'eau » pour le dernier numéro paru.

[85] Entretien D. Ogeron du 24 janvier 2003 dans Trivi, C. *La stratégie des distributeurs d'eau.* Mémoire de maîtrise, CELSA, février 2003, p. 59.
[86] L'eau & vous. Juin 2002, p. 3.

Le premier présente les apports en oligo-éléments et sels minéraux tandis que le dernier présente les qualités d'une eau de « service public ».
Le service public est une activité d'intérêt général assuré par une personne publique au moyen de procédés exorbitant de droit commun défini par l'élément organique (ensemble des agents et moyens affectés à la tâche), l'élément matériel (au sens fonctionnel, l'activité est réalisée par l'administration elle-même) et l'élément juridique (relève du régime juridique du service public).
En tant qu'acteur privé, l'entreprise Lyonnaise des Eaux est néanmoins soumise aux principes anciens mais toujours d'actualités, appliqués aux activités de service public en tant que délivrant les services d'eau et d'assainissement nécessaires à une collectivité. De fait, elle doit garantir la qualité de l'eau et la continuité du service de l'eau. L'eau est donc « saine » (première raison) et « disponible 24h/24 » (deuxième raison). A ce discours s'ajoute la valeur ajoutée du distributeur : l'eau est « écologique » et « économique ».
Ces valeurs s'érigent sur un discours lié à la notion de service public et de protection de l'environnement. Cette posture « développement durable » et « environnement » est en totale adéquation avec l'expertise et l'activité de Lyonnaise des Eaux. L'eau du robinet est donc un produit collectif, pour tous, né du service public et également, une eau pour vous, personnalisée, douée de vertus bienfaisantes, réconfortantes, quasi magiques.
Le discours sur l'eau de L'eau & vous dresse ainsi un portrait de l'eau aux vertus magiques, douée de caractéristiques féminines et proche des préoccupations de la gestionnaire du foyer. Cette alliée est par exemple « l'égérie des fourneaux » (numéro 4). Elle a une image à part entière que l'on retrouve dans le numéro 10 où ses vertus pour la santé ressortent quand elle souffre de reconnaissance par rapport aux sodas et jus de fruits ; « pour certains parents, donner de l'eau, c'est comme ne rien donner, on lui préfère les sodas ou les jus de fruit, plus festifs et plus prestigieux ».
L'eau a des caractéristiques propres : elle est « fraîche », « riche et bienfaisante », « précieuse alliée », « réconfortante » ou aux « effets relaxants ». Elle est plusieurs fois personnifiée dans L'eau & vous où elle « emprunte », « possède des qualités », « apaise les tensions » ou « peut jouer les premiers rôles ou se contenter d'un second rôle ». Ces attributs la personnifient et l'humanisent par rapport au produit lui-même, celui que fournit le distributeur Lyonnaise des Eaux dont les qualités scientifiques ne sont pas à remettre en question.
Ces vertus complètent des valeurs relatives à l'eau. L'eau est à protéger en été et il faut s'en protéger pendant l'hiver (sécheresse vs. gel) ou encore, elle peut-être redoutable en été à cause de la chaleur et réconfortante en hiver (chaud vs. froid). En tant que liquide vital, elle est également l'objet de règles. (« Proscrire l'utilisation directe de l'eau chaude du robinet », « préférez l'eau froide pour cuire les légumes », « sachez que la quantité d'eau », etc.) « Elément indispensable à la vie », elle est enfin une boisson pour tous, « une boisson idéale du quotidien ». Ce magazine « de l'eau au quotidien » instaure ainsi la préciosité de cette substance dont l'usager n'a pas forcément conscience.
Dans cette démarche, L'eau & vous lui associe des valeurs qui permettent de pérenniser ces attributions de l'eau comme un produit à consommer vecteur de bien-être et porteur d'un comportement responsable. L'eau du robinet est nutritive, de qualité, sûre, bonne pour la santé… Alliée contre la chaleur, alliée contre le froid, ressource à ne pas gaspiller, source de jeux et de joie ; le discours sur les comportements de l'eau instaure bien–être et bien vivre, vecteurs de bien consommer. Cette fonction de bien-être autorise des conseils s'introduisant dans la sphère privée sous la forme du conseil de l'expert ou de l'ami avisé. Lyonnaise des Eaux se positionne comme ayant le savoir et la connaissance à travers un support liant, « jouant la carte de la proximité »[87], jouant la carte de l'ami, une sorte d'allié conseil à qui il vaut mieux, obéir.
La notion de bons gestes est également un pivot dans la mise en pratique de ce discours. Le geste, selon le dictionnaire, est « une attitude ou pratique qui consiste à s'approprier des moyens liés à l'usage de matériaux, d'outils, de supports... ». L'eau & vous n'échappe pas à la définition en associant aux bons gestes des objets utiles (la gourde, le thermos), le bon usage de l'eau (du tartre au bain-marie en passant par la détente pour les pieds ou dans la salle de bain) et une attitude « environnement » largement investie aujourd'hui. On parle en effet, de « geste pour l'environnement », « geste pour la planète », etc. Les gestes

[87] Lyonnaise des Eaux, Guide du rédacteur en chef de l'Eau & Vous, 2005.

de L'eau & vous utilisent le même registre reprenant ce terme à comprendre comme un acte créateur, une action morale proche de l'expression, « faire un bon geste ».
Les bons gestes proche d'un langage « économie d'eau» ou lutte contre « le gaspillage » semblent entrer en discordance avec la vie de l'eau, joyeuse, ludique et source de plaisir. Par exemple, l'eau est aussi partenaire d'un jardin agréable réalisé avec les réflexes qui évite « de ne pas gaspiller l'eau » (numéro 1). Encore, le dossier sur la salle de bains propose l'alternance bain et douche tout en conseillant des gestes pour « penser à l'environnement ». Il incite par exemple, à utiliser un verre d'eau pour se brosser les dents… Petite économie face à un bain de 150 à 200 litres en moyenne qui lui est à prendre le soir, pour se détendre... Le positionnement « conseils » oscillent donc entre une attitude en dichotomie propre à l'entreprise : inciter à consommer de l'eau, le produit que l'on vend tout en la préservant, ce qui suppose, de fait… Une économie sur la facture qui contrarie les intérêts commerciaux de l'entreprise.
Cette logique de L'eau & vous aboutit avec le numéro sur le cadre de vie dans le numéro 9. Ce numéro correspond à une démarche affirmée par le distributeur qui décline une de ses activités, sous le registre de l'implication personnelle du lecteur. Nous sommes « tous acteurs du développement durable » dans la mesure où nous sommes tous concernés par l'assainissement. L'assainissement, une activité que les Français connaissent pas ou peu. L'eau & vous prend donc le parti de dédier un numéro sur une des activités qui reste par définition, « cette étape du cycle de l'eau demeure pour beaucoup invisible voire méconnue ».
Comment faire le lien ? « Comment agir ? » Demande le support dans son dossier. La question reste posée. Comment s'adresser à la mère, au consommateur citoyen sur des sujets qu'ils ne maîtrisent pas, qui sont flous et complexes tout en le rassurant et en gagnant sa confiance ? Tout le dispositif déployé par Lyonnaise des Eaux montre son parti pris. Il faut lui parler de « santé, environnement et cadre de vie »[88], lui expliquer « où va l'eau et pourquoi on la nettoie »[89] en liant ce cycle à son quotidien et surtout, on insère la démarche dans une préoccupation pour l'avenir. On peut « lui parler du devenir de la planète où ses enfants grandissent »[90] et intégrer le discours du développement durable dans la mesure où « il me semble que les femmes sont globalement plus sensibles au discours de développement durable sur la préservation de notre environnement pour les générations futures »[91].
La préoccupation du développement durable semble donc mobiliser, permettre les conseils et c'est à travers la figure souriante de l'eau et la figure de l'expertise que le modèle de comportements que L'eau & vous se décline. La rubrique « ma forme » correspond à une hygiène de vie saine grâce à une eau saine et sûre car contrôlée par l'expert. L'aspect pragmatique, concret des usages du citoyen – consommateur permet de déployer des messages de conseils pour mener un quotidien qui convienne à l'eau… Qui convienne à l'environnement au quotidien.

Conclusion

Le dispositif discursif de L'eau et vous propose une image de son produit sous l'aspect d'une complice et d'une mère qui veut du bien. Ce produit détient diverses vertus à la fois par la construction de sa et ses valeurs au fil de ses éditions. L'eau est également suppléée par la position affirmée d'un expert – le distributeur – qui assure la qualité du service délivré. Ce dernier est également un complice qui parle de « vous à nous » et qui écoute les remarques de ses consommateurs ou ses représentants dans une démarcher ouverte, à l'écoute et de proximité[92]. Il utilise le support pour sensibiliser son destinataire aux enjeux propres à son activité et c'est autour de la préoccupation pour l'environnement que les deux discours se rejoignent.
L'eau & vous propose donc un modèle de valeurs de l'eau dont la légitimité se base sur une eau contrôlée, sûre, bonne et agréable pour la « santé » de par l'action du distributeur, l'expert légitime détenteur du savoir et de la compétence. Autour d'un discours « environnement », le magazine de l'eau s'intègre à une démarche plus globale de Lyonnaise des Eaux. Ce discours « environnement » veut promouvoir la protection et la bonne utilisation de l'eau dans une perspective « développement durable » qui se dresse comme une opportunité et un discours légitimant du modèle de consommation proposé… De « nous » à « vous ».

[88] Questionnaire L'eau & vous. Pierre Tré-Hardy. Décembre 2006.
[89] Questionnaire L'eau & vous. Valérie Tordeur. Décembre 2006.
[90] Questionnaire L'eau & vous. Pierre Drillon. Décembre 2006.
[91] Questionnaire L'eau & vous. Julie Carcaud. Décembre 2006.
[92] Cf. Analyse du témoignage de Micheline Rollin-Gérard dans le Rapport d'activité 2002, p. 18

Résultats & Analyse

1. Analyse sémio-discursive : prescrire des comportements et des valeurs

/ Un style amical mais incitatif : des ordres indirects sous forme d'astuces

L'eau & vous est un magazine qui utilise un vocabulaire prescripteur de comportements sur le ton du conseil utile, de la parole d'expert ou du « truc et astuce » qui simplifiera la vie de la cible. Ce support cherche à instaurer une relation de confiance avec sa cible à travers un univers bien délimité, homogène qui dégage une cohérence éditoriale claire et ludique. Son discours mêle complicité et intangibilité par l'utilisation fréquente d'un impératif d'ordre, d'instruction et de conseil. Sous le mode du rappel bienveillant (« n'oubliez pas », « pensez à ») ou de la précaution (« protégez-le », « veillez à »), l'impératif alterne avec l'infinitif pour éviter un ton qui pourrait sembler trop sévère et incitatif. L'univers visuel aide également à trancher avec le texte par sa tonalité joyeuse et le choix des photos (beaucoup de jeux d'eau, d'enfants, de couleurs vives et de mouvement). Ce discours s'articule autour d'un concept clé : le conseil pratique autour du geste malin.

Dans les rubriques « c'est le moment de… », « les bons gestes », « le saviez-vous », « les bonnes raisons de… » ou encore les « vrai ou faux » ; L'eau & vous propose un modèle de comportements donné sous le mode de l'inclusion par l'utilisation du « nous » dans la rubrique « de vous à nous » et la déclinaison des rubriques du magazine à la première personne « ma région et l'eau », « ma forme et l'eau », etc. Le support a aussi recours à l'emploi de la deuxième personne du pluriel, (« simplifiez-vous » « votre écoute »), inclusive et s'adressant à un récepteur à la fois collectif (deuxième personne du pluriel) et un récepteur individuel (forme de politesse).

Par le « nous » / « vous » et une conjugaison à l'impératif et au présent, L'eau & vous est écrit dans un style qui immerge le lecteur, s'adresse à lui et l'implique dans les propos tenus. Le discours s'impose comme celui d'un expert, d'une instance émettrice d'un savoir que l'on ne peut contester de par ses interviews d'experts reconnus, l'utilisation de chiffres ou la citation des sources d'information utilisées. Il mélange une attitude protectrice qui s'apparente à celle de la mère ou de la grand-mère, et une attitude complice semblable au registre des magazines féminins.

La notion de geste est un pivot dans la mise en pratique de ce discours. Le geste, selon le dictionnaire, est « une attitude ou pratique qui consiste à s'approprier des moyens liés à l'usage de matériaux, d'outils, de supports... ». L'eau & vous n'échappe pas à la définition en associant aux bons gestes des objets utiles (la gourde, le thermos), le bon usage de l'eau (du tartre au bain-marie en passant par la détente pour les pieds ou dans la salle de bain) et une attitude « environnement » largement investie aujourd'hui. On parle en effet, de « geste pour l'environnement », « geste pour la planète », etc. Les gestes de L'eau & vous utilisent le même registre reprenant ce terme à comprendre comme un acte créateur, une action morale proche de l'expression, « faire un bon geste ».

D'une manière plus globale, les conseils de L'eau & vous insistent dans un style très incitatif où les conseils pratiques deviennent un modèle de vie à appliquer au-delà du discours chaleureux prôné par le support. Cette tonalité est en cohérence avec de nombreux supports clientèle de Lyonnaise des Eaux qui tendent désormais, à être remplacés par des supports issus de la gamme « Eau & vous ». Ils se déclinent sous la forme de dépliants édités en versions localisées comme « l'eau de Midi-Pyrénées & vous », des guides comme « Votre Eau, mode d'emploi » ou encore des fiches reprenant la charte graphique de L'eau & vous sur des thèmes variés relatifs à l'activité clientèle du distributeur d'eau comme « pour une eau sans plomb », « prélèvement mensuel », etc.

Les précédents supports étaient quant à eux, marqués (en termes de graphisme) par deux figures clés : la mère et la sirène. Par exemple, *L'eau, petites astuces et bons conseils* propose « 53 tuyaux et bons conseils pour mieux la consommer » où l'univers graphique est celui de la maison et de la femme. On y trouve une femme dans son bain, une femme repeignant ses murs, etc. Dans ce guide, les conseils donnés, sont à la fois des indications relatives à la consommation d'eau, des conseils maison (« après un week-end d'absence, ouvrez le robinet quelques minutes pour éliminer l'eau qui a stagné ») et des conseils liés à des aspects quotidiens de la vie. Ces derniers dépassent les prérogatives du distributeur d'eau et s'invitent dans la sphère privée à travers des conseils cuisine, pour bébé ou pour le bricolage de la maison. Exemple de conseils cuisine : « votre mayonnaise est ratée ? Vous pouvez la rattraper ! Elle a tourné parce que la

mayonnaise est une émulsion entre l'eau contenue dans l'œuf et dans l'huile, l'œuf ne fournit plus le volume nécessaire d'eau. Il suffit de rajouter quelques gouttes d'eau et c'est gagné ! ».
Alternant entre conseils liés à la configuration du réseau de l'eau ou des conseils de grand-mère, l'eau sert de guide pratique de la vie quotidienne à garder « à portée de main, il vous aidera ! »[93]. Le message veut ainsi aider la cible dans son quotidien en proposant des « trucs », « astuces », « conseils ». Rappelons la définition de ces trois termes pour souligner le côté pratique, qui s'applique aux réalités, aux situations concrètes et aux intérêts matériels pour rendre l'utilisation de l'eau pragmatique et adaptée.

Truc : façon d'agir qui requiert de l'habilité et de l'adresse. Combine, moyen.
Astuce : ruse. Petite invention qui suppose de l'ingéniosité. Artifice, ficelle, finesse.
Conseil : opinion donnée à quelqu'un sur ce qu'il doit faire. Avis, recommandation.

Ce module pédagogique à la portée de la ménagère entre en concordance avec le style choisis par L'eau & vous jouant davantage sur le registre de l'ordre indirect, d'une instruction amicale :

« L'été nous **enseigne** les **valeurs** de l'eau. Alors, **agissons** ! »
« Le froid arrive. Quelques **précautions** pour passer l'hiver en toute **sécurité** »
« Revoici les frimas hivernaux : **dépêchez**-vous de mettre de l'eau sur le feu ! »
« L'hiver revient, **prenez** soin de vous ! Et **n'oubliez pas** : votre maison comme votre jardin ont besoin **d'être protégés** du froid... »
« Attention danger ! Votre désir d'améliorer votre confort thermique en hiver ne **doit pas vous faire oublier...** »

Ces conseils indiquent des valeurs relatives à l'eau. L'eau est à protéger en été et il faut s'en protéger pendant l'hiver (sécheresse vs. gel) ou encore, elle peut-être redoutable en été à cause de la chaleur et réconfortante en hiver (chaud vs. froid). En tant que liquide vital, elle est également l'objet de règles. (« Proscrire l'utilisation directe de l'eau chaude du robinet », « préférez l'eau froide pour cuire les légumes », « sachez que la quantité d'eau », etc.) « Elément indispensable à la vie », elle est également une boisson pour tous, « une boisson idéale du quotidien ». Ce magazine « de l'eau au quotidien » instaure ainsi la préciosité de cette substance dont l'usager n'a pas forcément conscience. L'eau & vous lui associe des valeurs qui permettent de pérenniser ces attributions de l'eau comme un produit à consommer vecteur de bien-être et porteur d'un comportement responsable. L'eau du robinet est nutritive, de qualité, sûre, bonne pour la santé… Alliée contre la chaleur, alliée contre le froid, ressource à ne pas gaspiller, source de jeux et de joie ; le discours sur les comportements de l'eau instaure bien–être et bien vivre, vecteurs de bien consommer.
Cette fonction de bien-être autorise des conseils s'introduisant dans la sphère privée sous la forme du conseil de l'expert ou de l'ami avisé. Lyonnaise des Eaux se positionne comme ayant le savoir et la connaissance à travers un support liant, « jouant la carte de la proximité »[94], jouant la carte de l'ami, une sorte d'allié conseil à qui il vaut mieux, obéir.

/ Un balancement thématique entre traditionnel et ouverture : l'eau du robinet s'affirme

Les thèmes de L'eau & vous restent des thèmes liés au foyer surtout au début de la collection. L'eau & vous se consacre en effet, à la maison autour des centres d'intérêt de la mère (qualité de l'eau pour bébé et les enfants, conseils cuisine ou l'eau). Ils évoluent de plus en plus vers des thèmes plus généraux, liés à la vie de famille, au cadre de vie et dernièrement, au développement durable. Cette évolution est marquée dans le vocabulaire évoluant vers une inclusion du lecteur par l'utilisation de nous (« nos enfants » dans le numéro 1), la personnification de l'eau (« l'eau, un produit de terroir », « l'eau au menu », « l'eau alliée de votre été » dans les numéros 2, 3 & 4), l« votre » / « vous » (numéros 7 & 5) et jusqu'au pluriel collectif autour de « tous » (« tous à l'eau du robinet », « tous acteurs du développement durable », des numéros 8 & 9).
Cette évolution élargit un ciblage uniquement féminin de L'eau & vous vers des préoccupations plus larges à la cellule familiale. On parle ici d'un glissement dans le positionnement qui tend à affirmer la

[93] Lyonnaise des Eaux, *L'eau. Petites astuces et bons conseils*. Paris : 1996.
[94] Lyonnaise des Eaux, Guide du rédacteur en chef de l'Eau & Vous, 2005.

position du distributeur et de son activité. Ce passage correspond à une prise de confiance et d'affirmation d'une position de plus en plus visible. Elle permet ainsi un élargissement de ses prérogatives.
Le processus a consisté à positionner la légitimité du distributeur auprès du grand public dès les premiers magazines de L'eau & vous. Il s'agit de rassurer, informer et apporter des compléments d'astuces à la femme au foyer. Cet aspect pratique inclusif crée une complicité, une relation de confiance qui fidélise la cible à sa marque à travers un contrat de lecture qui s'installe entre énonciateur et récepteur / destinataire.
Ce contrat de lecture est basé sur la confiance, la proximité et l'expertise. L'eau & vous impose également l'eau du robinet comme porteuse de valeurs touchant à l'ensemble des préoccupations quotidiennes de la famille : sa région, sa maison, son budget, sa forme, son environnement, son bien-être, sa consommation, etc. Bref, L'eau & vous se positionne comme un support d'information régulier et surtout, comme un mode d'emploi de l'eau, un moyen de consommer l'eau. Le support véhicule des valeurs de consommation qui impose l'eau du robinet comme une marque.
Cette marque communique sur deux registres bien distincts : celui d'un service public, vital et privilégié dont le consommateur doit avoir conscience et qu'il doit protéger ; et celui d'un produit de qualité, personnalisé, ciblé au même titre qu'une eau en bouteille.

- L'eau du robinet est en effet, un bien « produit » de service public délivré au citoyen « consommateur ». L'eau & vous obéit à cette logique et la transforme en force en jouant la carte de la localité. Les pages sur « ma région » et les « échos sur l'eau » sont l'occasion de décliner l'offre service du produit vendu par Lyonnaise des Eaux. Si le lecteur ne choisit pas directement ces services offerts, il les paie par l'intermédiaire de la facture. Dans un contexte où le prix de l'eau est un sujet médiatique fort, L'eau & vous sert au distributeur pour s'affirmer comme un acteur intégré à la vie de la ville. Il pérennise sa position. Cette démarche s'inscrit dans la lignée des autres biens de service public comme la Poste, EDF ou la SNCF qui sont des entreprises nées du service public et qui fonctionnent aujourd'hui comme des marques. L'eau & vous répond à l'objectif de « donner aux locataires une information régulière comme peuvent le faire la Poste ou France Télécom »[95].

Cette stratégie est complémentaire à celle du SPDE qui a lancé en 2005, une campagne grand public sur l'eau du robinet en tant que telle. Son slogan, « merci l'eau du robinet », impose l'eau comme un produit dont il faut souligner le privilège (« merci » car l'eau arrive à la maison) et le confort de ce produit agréable adapté à tous les usages de l'eau (les spots les déclinent sous forme télé ou radio : sports, douche, consommation par les enfants à la cantine jusqu'à la cérémonie de mariage). L'eau du robinet a désormais gagné ses gallons d'eau bonne à boire, bonne pour la santé.

- Au fil de L'eau & vous, l'eau du robinet devient une marque de bouteille minérale à part entière et le support sert à souligner les vertus que l'eau du robinet a par ailleurs. L'eau & vous se positionne comme une bouteille avec l'étiquette qui valide sa composition. Le magazine propose à ce titre, une publication de la composition de l'eau en local. Sous la forme d'un tableau, le contenu de l'eau est détaillé par oligo-éléments (calcium, magnésium, sodium, fluor) et comparé à la norme en vigueur. Les indicateurs permettent de rassurer et de souligner les apports de l'eau du robinet au même titre que l'eau en bouteille. Au fur et à mesure du dossier « ma forme et l'eau », L'eau & vous a ainsi acquis les mêmes vertus que les eaux minérales :
  - c'est un produit du terroir comme Volvic ou Quézac dans le numéro 2 ;
  - c'est un partenaire forme et beauté dans le numéro 6 et 7 comme Contrex ou Vichy Célestins ;
  - c'est un produit chargé de vertus bonnes pour la santé comme les oligo-éléments de Volvic. L'eau du robinet est ainsi chargée de sels minéraux et de calcium dans le numéro 5 ou encore de « silicium, un minéral aux effets diurétiques qui favorise la fixation du calcium et protège les artères » dans le numéro 2.

Alliée contre la chaleur (numéro 3), partenaire d'une bonne nutrition (numéro 10), l'eau du robinet est source de bien-être… Bientôt de jeunesse ?
Cette capitalisation des vertus de l'eau permet de dépasser le discours sur l'eau, sa qualité et le risque sanitaire pour affirmer le positionnement de l'entreprise. En d'autres termes : l'eau est un produit qui peut

[95] Entretien D. Ogeron du 24 janvier 2003 dans Trivi, C. *La stratégie des distributeurs d'eau.* Mémoire de maîtrise, CELSA, février 2003, p. 59.

entrer en concurrence avec Cristaline… Et autres. Elle est bonne pour la santé et eau de « marque » véhiculant des valeurs dans lesquelles s'identifie la cible. Ces valeurs s'érigent sur un discours lié à la notion de service public et de protection de l'environnement. Cette posture « développement durable » et « environnement » est en totale adéquation avec l'expertise et l'activité de Lyonnaise des Eaux. L'eau du robinet est donc un produit collectif, pour tous, né du service public et également, une eau pour vous, personnalisée, douée de vertus bienfaisantes, réconfortantes, quasi magiques.
Ce paradoxe complémentaire (un service collectif adapté aux besoins personnels) est traité, dans les pages de L'eau & vous, sous la forme d'une complicité qui s'introduit dans la sphère privée. De vous à nous, L'eau & vous est une eau du robinet « au quotidien », une amie qui vous veut du bien car elle s'insère dans une démarche de protection durable.

/ De vous à nous, l'eau du robinet : une amie, une mère qui vous veut du bien…

L'eau & vous, premier magazine diffusé par un distributeur d'eau, a la vocation et la finalité première d'informer le grand public. Dans son acte de naissance, dans le Rapport d'activité 2002, L'eau & vous souhaite « informer 9 millions de clients ». L'eau & vous correspond à une démarche stratégique de l'entreprise de « renforcer la confiance des clients » dans une perspective d'engagements de qualité, une des trois ambitions de Lyonnaise de Eaux en 2002. Cette confiance est clairement rattachée à la qualité de l'eau distribuée dans un contexte où 79% des Français ont confiance dans l'eau du robinet quand 67% s'estiment suffisamment informés[96].
L'eau & vous s'inscrit dans une démarche d'information sur la qualité de l'eau directement ciblée vers la consommation de l'eau du foyer, une position inscrite plus loin dans le Rapport d'activité 2002, « ce magazine semestriel constitue un lien privilégié entre Lyonnaise des Eaux France et ses clients. Diffusé en 27 éditions régionales différentes, il touche plus de 9 millions de **foyers** de clients directs ou indirects »[97].
Cette finalité semble ne pas avoir évolué, quatre années plus tard, dans le Rapport d'activité 2005 : « distribué gratuitement, le magazine L'eau & vous permet d'informer deux fois par an les 14 millions de clients directs et indirects de Lyonnaise des Eaux. Distribué en 35 éditions, il propose des informations sur **l'origine** et la qualité de l'eau distribuée **localement** aux consommateurs »[98]. L'eau & vous naît ainsi dans un contexte clientèle, il s'agit de fidéliser un lecteur, un usager régulier d'un service au même titre qu'un abonné d'un service comme ceux de la FNAC ou Décathlon.
Notez le glissement entre « clients » en 2002 et « consommateurs » en 2005. Le statut du client de Lyonnaise des Eaux est un statut particulier. Le client direct, celui à qui Lyonnaise des Eaux doit vendre, est la collectivité locale. Néanmoins, l'entreprise distribue l'eau aux citoyens de cette collectivité qui deviennent de fait, des clients. Le client- consommateur, de Lyonnaise des Eaux a un double statut, celui de client à satisfaire, celui de citoyen relais de l'opinion publique. C'est donc une cible indirecte mais essentielle dans le dispositif de l'entreprise.
L'objectif est affiché et semble déjà atteint au moment du lancement de l'édition du magazine à travers le paragraphe de présentation de L'eau & vous toujours dans le Rapport d'activité 2002, « les premiers tests ont montré que ce magazine contribue à améliorer sensiblement la satisfaction des clients, en leur apportant des éléments d'information sur la qualité de l'eau et sur l'ensemble des services proposés par Lyonnaise des Eaux France ». L'exercice du témoignage d'un expert ou d'une source particulièrement pertinente et révélatrice de l'impact du dispositif, appuie ce discours.
L'intervention de Micheline Rollin-Gérard, Présidente départementale et régionale (Provence-Alpes-Côte d'Azur) de l'association Or.Ge.Co (Organisation générale des consommateurs), deuxième association française de consommateurs assoit la légitimité de L'eau & vous : « L'eau & vous est le fruit d'une étroite concertation entre Lyonnaise des Eaux France et les consommateurs. Nous avons exprimé nos souhaits et, à notre grande satisfaction, **ils ont été pris en considération**. Le résultat est un magazine très bien conçu, qui délivre, à travers ses éditions régionales, une véritable information de proximité. Des reportages, des informations sur la qualité de l'eau, des pages de réponses pratiques et de conseils techniques pour aider les consommateurs à faire des économies en gérant au mieux cette précieuse ressource... Tout cela, présenté de façon moderne et conviviale, est très apprécié des consommateurs. La collaboration a été menée étroitement avec Lyonnaise des Eaux France, et nous avons été très agréablement surpris du

[96] Lyonnaise des Eaux France, Rapport d'activité 2002, p. 16.
[97] Op. cit., p. 16.
[98] Op. cit., p. 32.

résultat : non seulement on nous a demandé notre avis, **mais on en a tenu compte**... »[99].
Magazine à destination du client – consommateur, L'eau & vous est rétroactif, il prend en compte les demandes de ses lecteurs, intégrant leur point de vue. Cette double allusion insiste sur la qualité de L'eau & Vous à être un magazine fait par « vous », le lecteur et le consommateur et « nous » en tant que citoyen. Ce témoignage souligne ses qualités d'écoute, la confiance, sa proximité instituant le journal comme un partenaire… Du quotidien.
A destination des consommateurs, il s'affirme néanmoins comme un support jouant la carte de la féminité dans un style inspiré des magazines féminins. Derrière la cible « grand public » ou consommateurs de l'eau des villes où Lyonnaise des Eaux est délégataire, L'eau & vous s'impose comme un magazine féminin.
Premièrement, les consignes données dans le Guide du rédacteur en chef local de L'eau & vous sont claires : les dossiers thématiques du support ont pour objectifs « d'informer et rassurer les consommateurs, notamment **les mères de famille** ». Ensuite, le choix des thèmes est intrinsèquement lié à celui de la femme : de « ma maison » aux dossiers traités (ma forme et mon eau, l'eau en cuisine, l'eau et la santé en tant que l'eau a des vertus pour le bien-être, l'eau pour les enfants) et l'ensemble des conseils pratiques sont liés à la gestion de la maison et de la vie de famille. Ils présentent l'eau comme une alliée pour une cible clairement féminine. C'est surtout le traitement de l'eau qui féminise ses vertus. Le style visuel et écrit de L'eau & vous impose une eau aux vertus rassurante, réconfortante, à boire comme un lait, proche des attributs symboliques de l'eau maternelle qu'analyse G. Bachelard dans L'eau et les rêves.

- Le traitement visuel de l'eau en couverture ou à l'intérieur de L'eau & vous est riche de figures féminines. En termes visuels, l'eau se boit (visuels de verre ou de tasse dans les numéros 2, 4, 8), se joue (numéros 1, 3, 5), accompagne l'été à la « mer » (numéros 7, 9) et accompagne le quotidien (numéro 6 avec le brossage de dents, numéro 10 avec le repas en famille). Sur ces 10 visuels, 7 petites filles, 2 femmes et 1 petit garçon. Un visuel montre une fillette avec son père à l'arrière plan, une photo pour le moins originale qui place le père comme vecteur d'éducation. A l'intérieur, les photos montrent des enfants, des femmes ou des mères à alterner avec des images prétexte (photographies de sport d'hiver, de cuisine, de jardins, de fruits et légumes). La seule présence masculine est représentée dans le cadre de la famille (photo de famille où papa est présent).

Les autres visuels très « féminins » qui accompagnent ce support, sont ceux de la sirène utilisée dans les supports clientèle et sur la facture. Souriante, sympathique, des formes rebondies et fines, une chevelure blonde ou brune, la sirène de Lyonnaise des Eaux est déclinée sous les atouts réconfortants et rassurants d'une mère et amie.
Une série de supports clientèle déclinent à ce titre, ce personnage maternel et amical. Distribués dans les agences clientèle, ils traitent des compteurs d'eau en plein froid, de la réglementation en plomb ou encore, de la facture. On retrouve ces visuels dans les pages de L'eau & vous, plus particulièrement dans les pages régionales davantage que nationales.
Ces visuels sont intéressants à décrire. On y trouve une sirène et son bébé sirène (une petite fille) qui boivent de l'eau à la paille dans des verres en forme de cocktail, une sirène dans son jardin buvant un cocktail sous un chapeau de couleur, une sirène longiligne qui pointe sur l'information, une sirène habillée en tenue d'hiver qui fait le geste de protéger le compteur d'eau ou encore, une sirène qui allume une ampoule pour signaler une idée. Elle accompagne le discours tenu dans le support (elle regarde l'eau ou les canalisations à la loupe, elle se rend dans l'agence clientèle, elle incarne la télé opératrice du numéro Azur de Lyonnaise des Eaux). La sirène de Lyonnaise des Eaux accompagne la démarche clientèle, la démarche « eau » de l'usager – consommateur.
La sirène de Lyonnaise des Eaux est donc une amie, une figure conseil et complice. Elle est aussi une figure maternelle, protectrice qui conseille et qui accompagne les démarches de la cliente Lyonnaise des Eaux. Cette sirène, légende et vedette Lyonnaise des Eaux est un personnage riche à analyser en termes symboliques.
A l'origine, les sirènes étaient des créatures de la mythologie grecque, dont le chant envoûtant attirait les marins, amenant leurs navires à se fracasser sur les récifs. Dans l'Odyssée d'Homère, Ulysse se fait attacher au mât de son navire pour écouter impunément le chant des sirènes, pendant que son équipage

[99] Lyonnaise des Eaux France, Rapport d'activité 2002, p. 16.

s'est bouché les oreilles avec de la cire. Dans la mythologie grecque, ces premières sirènes étaient représentées comme des créatures mi-femme, mi-oiseau. Plus généralement, dans l'Antiquité, la sirène est un être fabuleux, à tête et torse de femme et à queue de poisson. Elle passait pour attirer, par la douceur de son chant, les navigateurs sur les écueils. Devenue *Petite Sirène* pour H.C. Andersen, celle qui tombe amoureuse d'un être humain, la sirène est devenue une figure séduisante, plaisante et aimée. Elle devient un sujet poétique par excellence pour les poètes comme dans la Lorelei. Elle est enfin, attachée aux éléphants de mer dont on tirerait le mythe. Les femelles aux mamelles gorgées de lait au moment de l'allaitement seraient en effet, à l'origine d'une vision née des marins qui auraient confondu ces animaux, à des créatures enchanteresses et séduisantes.
Figure aquatique connue, la sirène est associée à la mer dont les vertus sont apaisantes et réconfortantes telles à celles que G. Bachelard analysent dans son essai sur L'eau et les rêves[100].
La symbolique de l'eau qui s'incarne dans la mer ou une figure marine en tant que liquide et figure maternelle est le moteur de l'imagination selon G. Bachelard dans son essai sur L'eau et les rêves. La poésie de la mer fascine, elle suscite et révèle les rêveries les plus profondes qui rattachent l'être à la mère en tant que « c'est le chant profond… qui a, de tout temps, attiré les hommes vers la mer. » Ce chant profond est la voix maternelle, la voix de notre mère »[101]. Une caractéristique que G. Bachelard retrouve chez Michelet, où « la poésie de la mer est donc une rêverie qui vit dans une zone profonde. La mer est maternelle, l'eau est un lait prodigieux »[102]. Cette image de l'eau comme lait « est pour tous les hommes l'un des plus grands, des plus constants symboles maternels »[103], elle apporte le réconfort à l'homme, elle personnifie la mère et son sein. L'eau du robinet détient ces attributs, elle « est un peu comme le lait » dans le numéro 2 de L'eau & vous.
G. Bachelard montre combien le liquide est essentiel dans la naissance des croyances, des valeurs et surtout, dans l'enclenchement de l'imagination et des vertus évocatrices d'un élément matériel, substance de vie dont l'eau du robinet et la sirène deviennent des traductions concrètes, intégrées au quotidien dans le panel communicatif de Lyonnaise des Eaux. Associée à un registre maternel, l'eau devient un liquide qui peut d'apaiser l'enfant, aider la mère qui cherche à se reposer.
L'eau prend ici les vertus d'un liquide qui ressource, un liquide mystérieux et mystique qui inspire sans que l'on comprenne véritablement comment ni pourquoi. Cet attribut se retrouve dans la thématique de l'eau nourricière. L'eau est une nourriture qui apporte le calme, selon la formule de Saint John Perse, « les eaux calmes du lait »[104] au contraire de l'eau de la tempête.
A travers la sirène et les autres attributs de l'eau du robinet (apaisante, nutritive, protectrice), qui lie au bien-être, au mieux vivre, à la protection de l'enfant et de la vie de famille.

- Le discours sur l'eau de L'eau & vous dresse un portrait de l'eau aux vertus magiques, douée de caractéristiques féminines et proche des préoccupations de la gestionnaire du foyer. Cette alliée est par exemple « l'égérie des fourneaux » (numéro 4). Elle a une image à part entière que l'on retrouve dans le numéro 10 où ses vertus pour la santé ressortent quand elle souffre de reconnaissance par rapport aux sodas et jus de fruits ; « pour certains parents, donner de l'eau, c'est comme ne rien donner, on lui préfère les sodas ou les jus de fruit, plus festifs et plus prestigieux ».

L'eau a des caractéristiques propres : elle est « fraîche », « riche et bienfaisante », « précieuse alliée », « réconfortante » ou aux « effets relaxants ». Elle est plusieurs fois personnifiée dans L'eau & vous où elle « emprunte », « possède des qualités », « apaise les tensions » ou « peut jouer les premiers rôles ou se contenter d'un second rôle ». Ces attributs la personnifient et l'humanisent par rapport au produit lui-même, celui que fournit le distributeur Lyonnaise des Eaux dont les qualités scientifiques ne sont pas à remettre en question.
L'eau est « d'origine contrôlée », elle subit « un traitement de purification rigoureux » (numéro 2). C'est un « produit sûr, contrôlé en permanence » (numéro 1) ou encore, goûté par « les goûteurs d'eau » de Lyonnaise des Eaux (numéro 4). Comme déjà souligné, ce produit de qualité s'est affranchi de cette

[100] Lire également Annexe 3, p. 38 « La Mer-mère ».
[101] Bachelard, G. *L'eau et le rêves. Essai sur l'imagination de la matière*. Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 133.
[102] Op.cit., p.137.
[103] Bonaparte, Mme « Le cycle de la mère-paysage », p. 367 cité par Bachelard, G. *L'eau et le rêves. Essai sur l'imagination de la matière*. Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 133.
[104] Gritti, J. *L'eau, mythes et symboliques*. Paris : CIEAU, 2001, p. 19.

validation scientifique pour s'imposer comme un partenaire du quotidien à travers les usages de l'été, de la cuisine, de la salle de bain. L'eau & vous s'oriente vers la santé au sens général et vers le cadre de vie, l'environnement en particulier.
L'eau a des vertus pour la santé que le support exploite sous diverses formes en tant que l'eau est une partenaire confiance. Elle est en effet, au centre des pratiques mais souvent « accompagnée ». Par exemple, l'eau est douée de valeurs curatives pour « décongestionner les rhinites bénignes » si l'on procède à une « inhalation d'eau bouillie agrémentée de menthol ou d'eucalyptus » (numéro 4). Pour éliminer le goût de chlore qui peut exister ou varier les plaisirs, l'eau peut se consommer « avec une rondelle de citron, une feuille de menthe ou quelques gouttes d'eau de fleur d'oranger » (numéro 1).
L'eau est également l'alliée d'un cadre de vie agréable. Tout d'abord partenaire des jeux d'été pour les enfants. Avec l'été « les jardins se transforment parfois en théâtres de jeux d'eau » (numéro 5). L'eau et ses jeux, « font la joie des enfants » (numéro 5). L'aspect ludique de l'eau est souligné comme son aspect essentiel pour lutter contre la chaleur, les batailles sont « rafraîchissantes » (numéro 9) et « font baisser utilement la température du corps » (numéro 5). Le magazine incite également à utiliser des piscines en plastique « qui se déclinent aujourd'hui dans toute une gamme de tailles et de couleurs, alors pourquoi s'en priver ? » (numéro 7).
Dans le registre du plaisir et du bien être, les plaisirs gustatifs comme « les boissons fraîches, les sorbets aux fruits et autres granités à base d'eau » (numéro 5) ou encore les tisanes qui « affichent des recettes alléchantes : réglisse, chocolat, gingembre » (numéro 10) alimentent des conseils sur le plaisir de consommer l'eau. On pourrait également citer tout le dossier sur le bien être dans la salle de bain qui prouvent l'utilité « des effets relaxants de l'eau » (numéro 6). Le titre l'annonce, l'eau est un « élément essentiel pour la santé (…) du corps ». Le magazine prône ainsi l'alternance entre bain et douche : « l'alternance entre bains et douches permet de jouer sur les deux tableaux : relaxation le soir et énergie le matin ».
Cette incitation à l'utilisation ludique et relaxante de l'eau entre en discordance avec le langage « économie » ou lutte contre « le gaspillage » de L'eau & Vous. Par exemple, l'eau est aussi partenaire d'un jardin agréable réalisé avec les réflexes qui évite « de ne pas gaspiller l'eau » (numéro 1). Encore, le dossier sur la salle de bains propose l'alternance bain et douche tout en conseillant des gestes pour « penser à l'environnement ». Il incite par exemple, à utiliser un verre d'eau pour se brosser les dents… Petite économie face à un bain de 150 à 200 litres en moyenne. Le positionnement « conseils » oscillent donc entre une attitude en dichotomie propre à l'entreprise : inciter à consommer de l'eau, le produit que l'on vend tout en la préservant, ce qui suppose, de fait… Une économie sur la facture.
Cette logique de L'eau & vous aboutit avec le numéro sur le cadre de vie dans le numéro 9. Ce numéro correspond à une démarche affirmée par le distributeur qui décline une de ses activités, sous le registre de l'implication personnelle du lecteur. Nous sommes « tous acteurs du développement durable » dans la mesure où nous sommes tous concernés par l'assainissement. L'assainissement, une activité que les Français connaissent pas ou peu. L'eau & vous prend donc le parti de dédier un numéro sur une des activités qui reste par définition, « cette étape du cycle de l'eau demeure pour beaucoup invisible voire méconnue ».
Le lecteur peut donc sembler en décalage par rapport à une activité qu'il ne connaît pas et qu'il découvre dans le magazine. Heureusement, la question est posée, « comment agir ? » Ici, le discours se place. Le premier acte du lecteur est de vérifier que sa maison est raccordée à un dispositif d'assainissement. Une sensibilisation ouverte sur un sujet au cœur du dispositif commercial nouvellement déployé par Lyonnaise des Eaux auprès des élus de France, l'assainissement non collectif. L'eau & vous se présente ici comme un porte-parole des activités « invisibles », inconnues du distributeur. Il joue un rôle de sensibilisation qui, d'une certaine façon, souhaite ouvrir le débat auprès des élus via… Le client citoyen devenu consommateur.
Notons que l'invisibilité est un thème clé dans le registre discursif de l'eau. Comme le montre G. G. Bachelard, l'eau est une substance qui provoque un imaginaire inconscient où la figure maternelle est au cœur du processus de projection ; « c'est la force projetante de l'imagination, force inépuisable qui s'empare de toutes les images pour les mettre dans la perspective humaine la plus sûre : la perspective maternelle »[105]. De façon invisible, l'eau de G. Bachelard est celle de la mère en termes d'inspiration, de

[105] Bachelard, G. *L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière*. Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 133.

symbolique ou d'imagination… Et l'eau du robinet ?
Pour G. Bachelard, rappelons que la mention « eau potable » au-dessus d'un robinet autorise la consommation car son usager est certain de la « pureté » de l'eau qu'il va boire ; « tous les scrupules sont levés »[106]. Inconsciemment, l'eau potable se doit d'être saine, potable, naturelle et préservée pour être consommable. Elle est un vecteur de « moralité », celle que l'on donne à l'eau qui purifie dans les rites religieux.
Dans le cadre du distributeur d'eau, son activité est également invisible, le consommateur ne choisit pas le service dont il bénéficie comme il ne connaît pas le cycle de ce service qui lui est rendu. Le discours de L'eau & vous sur le distributeur se déploie sous l'angle pédagogique et pratique dans la rubrique « ma maison ».
Déclinée sous la forme d'un graphique explicatif, cette rubrique aborde des thèmes relatifs aux usages, à la facture et au cycle de l'eau. Ici se construit une information qui met en visibilité son activité en s'adressant de façon simplifiée, sous l'angle des préoccupations quotidiennes, à sa cible. Le discours s'impose davantage comme celui de l'entreprise de par le choix des thématiques (la facture induit un argumentaire sur le prix de l'eau, un sujet délicat qui veut souligner le coût bas de l'eau, les impératifs du distributeur ou les astuces pour limiter la consommation d'eau).
Au discours d'une eau féminine, douée de nombreux attributs personnalisés, L'eau & vous associe un registre formel, plus classique, sur l'activité de distributeur d'eau qui passe par la pédagogie (le dessin schématique) pour une cible qui ne sait pas. Ces éclaircissements sont logiquement accompagnés de zooms sur la région dans la rubrique qui suit, « ma région et moi ».
Dans cette rubrique sont présentés les services de Lyonnaise des Eaux. Ils complètent la démarche autorisant des sujets techniques et clientèle comme la présentation du Numéro Azur, de la facture, de nouvelles techniques, etc. La rubrique « De vous à nous » ou les paragraphes « clientèle » permettent de renouer avec l'eau personnalisée et humaine des dossiers thématiques.
Ce double registre de discours se superpose (eau & forme / eau & maison) et installe une relation d'une eau personnalisée, proche de « vous » où Lyonnaise des Eaux s'impose comme la figure de l'expert distant. L'eau est la complice, le distributeur est un technicien, un scientifique qui assure la production d'un service sûr, de qualité et qui partage ses compétences avec la cible. L'eau est un vecteur de transmission, le liant sympathique qui permet au deux discours de s'articuler car elle est une substance précieuse, elle est substance de vie.

Conclusion de l'analyse sémio-discursive : un modèle « environnement » et un mode de vie « sain »
Pour résumer et conclure, le dispositif discursif de L'eau et vous propose une image de son produit sous l'aspect d'une complice, une mère qui veut du bien. Ce produit détient ses vertus à la fois par la construction de sa et ses valeurs au fil de ses éditions. L'eau est également suppléée par la position affirmée d'un expert – le distributeur – qui assure la qualité du service délivré. Ce dernier est également un complice qui parle de « vous à nous » et qui écoute les remarques de ses consommateurs ou ses représentants dans une démarcher ouverte, à l'écoute et de proximité. Il utilise le support pour sensibiliser son destinataire aux enjeux propres à son activité. C'est autour de la préoccupation pour l'environnement que les deux discours se rejoignent.
L'eau est une ressource à préserver et l'inclusion du lecteur oblige ce dernier à suivre les conseils donnés. A travers la figure souriante de l'eau, c'est un modèle de comportements que L'eau & vous propose. La rubrique « ma forme » correspond à une hygiène de vie saine grâce à une eau saine et sûre car contrôlée par l'expert. L'aspect pragmatique, concret des usages du citoyen – consommateur permet de déployer des messages de conseils pour mener un quotidien qui convienne à l'eau… Sous-titré L'eau & vous, magazine de l'eau au quotidien.
L'eau & vous propose donc un modèle de valeurs de l'eau dont la légitimité se base sur une eau contrôlée, sûre, bonne et agréable pour la « santé » de par l'action du distributeur, l'expert légitime de par son activité et son savoir. Autour d'un discours « environnement », le magazine de l'eau s'intègre à une démarche « environnement» de Lyonnaise des Eaux.
Ce discours « environnement » décline en effet les aspects de gaspillage, cadre de vie, activité d'industriel respectueux de la nature, protection du milieu local. La démarche de L'eau & vous est donc celle d'un

[106] Op. cit., p. 156.

support qui veut promouvoir la protection et la bonne utilisation de l'eau.
Ce discours s'élargit au développement durable par l'insertion de rubriques événementielles liées à la direction « développement durable » de Lyonnaise des Eaux (« votre distributeur s'engage » - numéro 10, « le quiz du développement durable » - numéro 9 ou l'édition de L'eau & vous en braille depuis 2003). Les trois piliers traditionnels à la démarche « développement durable » des entreprises privées sont encore peu exploités par le support dans la mesure où Lyonnaise des Eaux a entamé sa politique en matière de développement durable en septembre 2006 (lancement des 12 engagements de Lyonnaise des Eaux). Comme le questionnaire l'a montré, le discours du développement durable devrait être appelé à prendre de l'importance dans le dispositif. Son modèle de vie saisit dans le développement durable, une nouvelle opportunité de légitimer son activité et ses conseils… De « nous » à « vous ».

2. Questionnaire : un moment charnière pour une cible charnière

Ce questionnaire a été envoyé à 10 personnes de Lyonnaise des Eaux et Textuel, 6 personnes l'ont retourné[107].
Il fait ressortir des convergences sur la finalité informative de L'eau & vous, un ciblage « consommateurs » et féminin en priorité, une démarche stratégique de l'entreprise (transparence, institutionnel, proximité, publicitaire ou marketing) et une pédagogique axée sur les aspects pratiques et quotidiens dont le caractère prescripteur est peu ressenti.

- **Une évolution des thématiques ressentie et attendue**

A l'heure de ses 5 ans d'édition, L'eau & vous est à un moment anniversaire et charnière dans sa parution. Après 10 numéros, le questionnaire a fait ressortir une évolution du magazine déjà plus ou moins ressentie dans les thèmes à traiter (identifiée au numéro 7 sur l'eau et le sport). Pour les interrogés, les thèmes principaux jusqu'à présent portent sur la qualité de l'eau et la santé. Une part importante est consacrée aux usages et aux aspects pratiques de la vie quotidienne. Les informations régionales permettent d'assurer la valeur « proximité » souhaitée par Lyonnaise des Eaux. Le thème « Développement Durable » et « Environnement » est un thème qui est appelé à prendre de l'importance. Ce constat correspond tout à fait à l'évolution des thèmes déjà parus dans L'eau & vous.

- **L'information avant tout**

La finalité informative de L'eau & vous est indiscutablement comprise. Les finalités publicitaire et commerciale font néanmoins l'objet de réponses plus dispersées. L'eau & vous apparaît donc comme un magazine d'information à visée stratégique. Ce magazine pourrait servir de support clientèle et entrer dans une logique commerciale ou publicitaire plus affirmée s'il était plus adapté au local (manque de réactivité du dispositif éditorial) et s'il s'affranchissait également de contraintes internes (discordance entre les centres régionaux et le siège, discordance entre les directions fonctionnelles).
L'eau & vous est un support bien intégré à la culture Lyonnaise des Eaux, il est l'objet de fierté et de reconnaissance. Il reste néanmoins encore trop limité, courant le risque de la répétition ou insuffisamment intégré au local. La contrainte budgétaire semble limiter une évolution vers un support plus complet (sujets de fond) ou plus réactif (possibilité d'imprimer des brèves locales de dernière minute).

- **Cible et formule : affirmer, adapter**

La cible est clairement définie : les consommateurs au sens large, ceux de Lyonnaise des Eaux de façon sous-entendue. Dans ce ciblage consommateurs, la cible « Femme » ressort également comme la cible de L'eau & vous pour au moins 50 % des interrogés qui la citent directement. La femme apparaît comme cible à la fois pour :
- son rôle de prescripteur dans la famille, elle est perçue comme le relais de l'éduction ;
- son rôle de gestionnaire du foyer ;
- son statut de lecteur, elle est le destinataire d'un support comme L'eau & vous.

L'eau & vous propose également des thématiques qui l'intéressent, qui font partie de ses centres d'intérêt. Le support véhicule une image positive de la femme en présentant une femme active, jeune, dynamique, voire célibataire (!) et à la recherche de conseils pratiques pour améliorer son quotidien.

[107] Pour le dépouillement de ce questionnaire, merci de vous reporter à l'annexe 2, p. 26.

Il a cependant été noté que les choix des dossiers ou autres rubriques de L'eau & vous n'étaient pas exécutés en fonction de cette cible mais en fonction de ce que Lyonnaise des Eaux souhaitait lui communiquer, ce qui peut présenter un décalage et un risque d'échec du contrat de lecture. Surtout, il a été noté que cette image de femme active, jeune et urbaine entrait en dichotomie avec la cible réelle, la lectrice du magazine. Cette dernière est en effet, provinciale et plus âgée.

3. Retour qualitatif : perception de L'eau & vous

Au cours des entretiens[108] menés par ailleurs à SUEZ, SUEZ Environnement et Lyonnaise des Eaux (13 au total), le support L'eau & vous a été évoqué dans le cadre des questions sur le rapport symbolique entre eau et femmes. Ces entretiens étaient des entretiens semi-directifs axés sur trois thèmes : la femme dans l'entreprise SUEZ, la place de la femme dans le développement durable et la place de la femme dans le programme « Accès à l'eau pour tous ».

Quand on interroge sur le rapport symbolique de l'eau, la majorité des interrogés évoque la valeur de « vie ». Dans le cadre de l'entretien, l'interrogé sait que le questionnaire a pour thème l'eau et la femme (perspective genre), il évoque naturellement (mais dans un contexte où le thème du questionnaire l'a guidé plus ou moins inconsciemment), le rapport eau – mère à travers le thème de la fécondité ou de la maternité. Il est intéressant de noter que les hommes évoquent davantage le rapport au liquide amniotique ou le lien à l'eau lié à la corvée d'eau (que ce soit dans des pays Nord ou Sud).

Le lien eau – femmes pour des interrogés de sexe féminin est quant à lui jugé obsolète en termes symboliques. S'adresser aux femmes sous le thème des usages de l'eau à la maison cantonne le discours du distributeur dans une logique de représentations traditionnelles du rôle de la femme. La pertinence d'un support dynamique véhiculant l'image d'une citadine urbaine et moderne n'est pas crédible ou ne permet pas de se détacher d'un rôle de la femme, gestionnaire de la maison au même titre que d'autres magazines féminins ciblés femmes de 40 ans et plus comme Femme Actuelle.

Dans la plupart des cas, l'interrogé cite le support comme une illustration du propos. L'eau & vous est donc perçu comme un support ciblant les femmes ou induisant un rapport entre eau et femme pour les personnes interrogées. Il est important de rappeler qu'aucune des questions ne citait L'eau & vous. Sur les 13 personnes interrogées, 8 l'ont cité naturellement sans que L'eau & Vous ne soit mentionné.

[108] Cf. Annexe

CORPUS

L'eau & vous

1.	L'eau & vous.	Juin 2002.	Numéro Côte d'Azur.
2.	L'eau & vous.	Automne-Hiver 2002.	Numéro Alsace Franche-Comté.
3.	L'eau & vous.	Printemps-Eté 2003.	Numéro Normandie.
4.	L'eau & vous.	Automne-Hiver 2003.	Numéro Pays de Loire.
5.	L'eau & vous.	Printemps-Eté 2004.	Numéro Dauphiné-Savoie, SDEI.
6.	L'eau & vous.	Automne-Hiver 2004.	Numéro Hauts-de-Seine.
7.	L'eau & vous.	Printemps-Eté 2005.	Numéro Côte d'Or.
8.	L'eau & vous.	Automne-Hiver 2005.	Numéro Communauté Urbaine de Bordeaux.
9.	L'eau & vous.	Printemps-Eté 2006.	Numéro Parisienne des Eaux.
10.	L'eau & vous.	Automne-Hiver 2006.	Numéro Communauté Urbaine de Bordeaux.

Supports « clientèle »

Brochure	1996	« L'eau : petites astuces et bons conseils »
Brochure	1998	« Les Services Eau Pratique »
Brochure	2001	« Voyage au cœur de l'eau »
Série / Dépliants	2002	« Protection contre le gel »
		« Le calcaire dans l'eau »
		« Le plomb sous surveillance »
		« Les pesticides et l'eau
		« Numéro Azur »
		Etc.
Dépliant	2003	« L'eau en braille »
Brochure	2005	« Votre eau : mode d'emploi »
Brochure interne	2005	« Guide du rédacteur en chef local »
Série / Dépliants	2005	« L'eau de [région] & vous »
Série / Dépliants	2005	« Prélèvement mensuel »
		« Pour une eau sans plomb »
		Etc.

Questionnaire L'eau & vous, Décembre 2006

1. Julie Carcaud, Chargée de communication, Responsable « Edition », Lyonnaise des Eaux.
2. Pierre Drillon, Chargé de communication, Centre régional IDF Nord Picardie, Lyonnaise des Eaux.
3. Sophie Molina, Chargée de communication, Centre régional Languedoc-Roussillon, Lyonnaise des Eaux.
4. Caroline Pollet, Chef de projet L'eau & vous, Textuel.
5. Valérie Tordeur, Chargée de communication, Centre régional Nord Littoral, Lyonnaise des Eaux.
6. Pierre Tré-Hardy, Chargé de communication, Centre régional Côte d'Azur, Lyonnaise des Eaux.

Entretiens semi-directifs « Eau, Femmes et Développement Durable », Décembre 2006 – Janvier 2007

SUEZ

1. Elizabeth Jaskulké, Adjoint au directeur Environnement et Innovation
2. Michèle Meyzie-Debenest, Responsable Fondation SUEZ
3. Malia Belkacem, Chargée de mission Développement Durable

SUEZ ENVIRONNEMENT

4. Alain Mathys, Directeur du programme « Eau pour tous »
5. Frédérique Raoult, Directrice de la communication
6. Lisette Provencher, Déléguée Générale d'Aquasistance

7. Mathieu Le Corre, Ingénieur – responsable projets Aquasistance
8. Jacques Labre, Directeur des Relations Institutionnelles
9. Dominique Pin, Directeur du Développement Durable
10. Pascale Guiffant, Chargée de projet aux Relations Institutionnelles

LYONNAISE DES EAUX

11. Hélène Valade, Directrice du Développement Durable
12. Daniel Villessot, Directeur Technique
13. Dominique Ogeron, Directeur de la communication

BIBLIOGRAPHIE

Bachelard, G. L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière. Paris : Librairie José Corti, 1942.
Caulier, B. L'eau et le sacré, les cultes thérapeutiques autour des fontaines en France du Moyen-Age à nos jours. Paris : Editions Beauchesne, 1990.
Durand, G. Les structures anthropologiques de l'imaginaire. Grenoble : Imprimerie Allier, 1959.
Goubert, J.-P. L'eau puissance civilisatrice. Paris : CIEAU, 2002.
Gritti, J. L'eau, mythes et symboliques. Paris : CIEAU, 2001.
Hidiroglou, P. L'eau divine et sa symbolique. Paris : Albin Michel, 1994.
Jaskulké, E. « Eau, symboles et religions », Lyonnaise des Eaux, Les Actes du FIG 2002 : Saint Dié des Vosges, 2002.
Larbi Bouguerra, M. « Symbolique et culture de l'eau ». Les rapports de l'Institut Veolia Environnement n°5. Paris : Institut Veolia Environnement, 2006.
Trivi, C. La stratégie des distributeurs d'eau. Mémoire de maîtrise, CELSA, février 2003.

i. Résultats de l'analyse discursive du corpus de LYDEC

Résultats qualitatifs

Synthèse :
Le Développement Durable à LYDEC est considéré comme un engagement citoyen, une participation au développement de la ville et une action pour la préservation de l'environnement.

Pour l'instant, l'axe économique du Développement Durable n'est pas exploité.
Sur l'aspect environnement, seul la sensibilisation et l'éducation sont soulignées, des actions ponctuelles ont été menées

RAPPORT ANNUEL 1999 : AJOUTER DE LA VALEUR LOCALE.

Discours :
Discours volontaire et ambitieux. LYDEC affirme sa position de distributeur et d'acteur de la ville. (Elle n'a pas qu'une simple activité de fournisseur d'un service, mais bien d'un service public.) Elle pose sa position d'entreprise innovante « pour initier une nouvelle approche du service public conçue pour la satisfaction du client ».
Elle souhaite être « un partenaire à part entière des citoyens et de la société civile ». Derrière se profile une quête de légitimité de LYDEC.

Axe :
Ancrage local.

Termes :
Ajouter de la valeur locale.
Entreprise citoyenne.
Volonté : être une vitrine du Maroc et de l'Afrique.
Valeur d'exemple et d'émulation.
Les mots « développement » et « développement durable » ne sont pas présents.

Déclinaison du DD :
Pilier social :
- Electrification des bidonvilles
- Création d'emploi.
- Soutien à Maroc 2006, soutien à un projet d'envergure nationale.

Pilier environnement :
- Protection de l'environnement. Campagnes de nettoyage de plages, sensibilisation d'enfants, sponsoring d'émissions et de congrès.

Particularités du RA 1999 :

- Premier rapport annuel. (En 1998, il s'agissait d'un bilan et perspectives)

Le Rapport retrace l'histoire de LYDEC depuis 2 ans. Le rapport est marqué par la volonté d'affirmer la position de LYDEC, la dynamique de changement qu'elle doit piloter et les défis.
« Tels sont les faits saillants de l'exercice 1999 qui s'inscrivent dans la dynamique du changement : de plus en plus de femmes et d'hommes de l'entreprise sont mobilisés, une nouvelle culture d'entreprise germe dans un environnement parfois difficile. »

- Les salariés sont mobilisés « pour le changement ». Axe RH. Orienté sur la dynamique de changement, la réorganisation de la société avec l'amélioration des conditions de travail.

- La légitimité par l'approbation royale…

« Il est enfin souligné que 25 agents électriciens volontaires ont prêté main forte pendant quinze jours, dès fin décembre 2000, aux équipes d'EDF pour rétablir le service dans la région de Bordeaux à la suite des tempêtes qui se sont abattues sur la France. Ils ont réalisé un travail de qualité que EDF n'a pas manqué de souligner.
Cet élan de solidarité, a été salué par le Président de la République Française qui a adressé à Sa Majesté le Roi Mohammed VI un message de remerciements. »
Cette mention souligne l'importance de la personne et approbation du souverain pour l'entreprise qui met en valeur l'entreprise et son travail.

Rapport Annuel 2000 : Construire un meilleur avenir pour tous

Discours :
Le discours constate, décrit et justifie. Il se veut global, assez totalisateur dans la mesure où il énonce des discours généraux sur l'environnement.
La stratégie environnementale est affirmée autour de trois volets : les programmes de raccordement aux services (eau et électricité), l'éducation et l'environnement.
LYDEC s'affirme comme une entreprise consciente des enjeux à travers un bilan de la situation. Suite à ce constat, elle décline ses axes d'actions qui sont justifiés par l'activité elle-même :
« LYDEC est ***de fait***, une entreprise citoyenne ».
Elle obtient une légitimité par la description de ses actions tout en rappelant la difficulté de la situation.

Axe :
Engagement citoyen.

Termes :
Culture citoyenne.
S'engage sur plusieurs fronts.
Entreprise citoyenne.
Stratégie environnementale.

Déclinaison du DD :
Pilier social :

- Accès à l'eau potable, un programme pour les plus défavorisés / Le programme Branchements Bleus : un programme adapté.
- Electrification des bidonvilles, de la lumière pour tous.
- Partenariat association : Chouala, AESVT, Fondation Zakoura

Pilier environnement :

- Espaces verts : parc Al Warda

Particularités du RA 2000 :
Axe RH
*« Le Baromètre social, la **démocratie** dans l'entreprise »*
Les collaborateurs de LYDEC ont exprimé **librement** leurs appréciations des acquis et leurs attentes pour l'avenir. Le sondage d'opinion réalisé avec l'intervention d'un consultant externe a intéressé près du tiers des collaborateurs de l'entreprise. Ainsi, 92 % des cadres ont répondu au questionnaire anonyme administré par le cabinet des consultants, 150 agents de maîtrise de différentes entités ont participé à des tables rondes, 250 agents d'exécution représentant l'ensemble des métiers de LYDEC ont répondu de façon directe aux questions posées par l'animateur au cours de plusieurs groupes de travail.
Sur cette base, il est apparu que, quel que soit le collège, les collaborateurs de LYDEC sont fiers d'appartenir à l'entreprise. Ils reconnaissent que des avancées indéniables ont été réalisées en matière de liberté d'expression, d'organisation, d'amélioration des conditions de travail et de formation. Par ailleurs,

une grande partie des interrogations et attentes émises lors de ce travail ont fait l'objet de projets qui ont été présentés lors de la convention 2000.

⇨ La mention démocratie, librement et l'initiation même d'un sondage au sein de l'entreprise suppose et souligne un changement de management selon une démarche de progrès.

Amélioration des conditions sociales, de travail et de sécurité, LYDEC "cadre de développement personnel"

L'entreprise est, par définition, **humaine**. Celle-ci, doit permettre à ceux qui y vivent de **ressentir** des sentiments de sécurité, de respect. LYDEC a donc mis en place des actions qui visent à accroître la **qualité de relation** qu'elle entretient avec chacun des **collaborateurs** de l'entreprise.

• Ainsi, 900 agents des services commerciaux et techniques bénéficient 2 fois par an de dotations vestimentaires et d'équipement de sécurité et de protection .

• La signature d'un protocole d'accord a permis d'aménager le temps de travail - horaire adapté aux exigences des différents métiers.

• *La mise en place de badges d'identification et de sécurité pour l'ensemble du personnel a rencontré* ***l'adhésion de tous****.*

• 200 agents ont pu obtenir des prêts pour l'acquisition de logements soit une enveloppe allouée de 40 millions de dirhams.

• 450 salariés ont bénéficié de prêts pour l'acquisition de véhicules personnels et de vélomoteurs pour un montant global de 6 millions de dirhams.

• L'acquisition d'une unité mobile de santé du travail vient renforcer le dispositif mis en place par LYDEC en la matière. Ce véhicule assurera à nos agents des consultations médicales sur sites, ce qui constitue une première en matière de santé du travail au Maroc.

⇨ Développement personnel : axe individu. Prédominance masculine.

Commentaires :
Rapport DD très descriptif. Sur la partie sociale (pas de mention de « développement » et « développement durable ») :

Sur l'axe social, accès aux services :
Deux axes : volonté de toucher le « plus grand nombre », « tous » avec en parallèle, redondance sur la difficulté du programme et son ampleur.
La description de la situation actuelle : paupérisation, fraude et ses conséquences : exclusion, danger pour la santé / sécurité.
Il s'agit d'un « programme » au contraire d'une volonté, d'une stratégie, d'un vision, d'un engagement. Il paraît imposé.

Sur la citoyenneté :
L'importance est accordée à l'eau. La rareté de la ressource, bien précieux, gestion rationnelle, ressource précieuse, préservation de l'Eau… Discours partant du généraliste vers le particulier.
La citoyenneté passe par « l'apprentissage », « l'éducation et la formation environnementales ».
Affirmation dans le discours :
« Protéger l'environnement, lutter pour que soit préservée la qualité de l'eau, du monde qui nous entoure, ne peut aller sans la nécessité de sensibiliser les jeunes et les moins jeunes à la question fondamentale de l'eau en tant que bien précieux. »
Force de l'engagement : « plusieurs fronts », « ne pas négliger l'enseignement non-formel » « œuvre »

Sur l'environnement
Axe ville en choisissant de financer la rénovation de parcs. Lieux placés au cœur de la vie de la ville :
« fréquenté par de nombreux sportifs » « pépinière de talents footballistiques ».

RAPPORT ANNUEL 2001 : Développement durable, un enjeu citoyen

⇨ Apparition du mot « développement durable » qui n'est pas défini pour autant.

Discours :
Discours fort sur l'identité de LYDEC : entreprise de vie. Cette affirmation naît de la nature du métier de LYDEC en lien avec l'eau et l'électricité. Par rapport au précédent rapport, l'énergie est introduite dans la valeur ajoutée de LYDEC, elle permet d'englober d'autant plus.
Le discours reste globalisant : *pour tous, du plus grand nombre, des casablancais*. Elle s'articule avec des chiffres qui sont plus réducteurs, mais qui illustre la volonté en actions de LYDEC.
L'arrivée d'Aquassistance Maroc, issu de Aquassistance, permet de faire paraître une dynamique interne autour d'une implication personnelle des employés.

Axe :
Engagement citoyen. Acteur de la vie.

Termes :
Développement Durable.
Enjeu citoyen.
Origine de la vie.
Entreprise de vie.
Responsabilités humaines, sociales et environnementales.
Une politique volontariste.
La responsabilité de tous.
Une nouvelle forme d'engagement.

Déclinaison du DD :
Pilier social :
- Politique volontariste dans les quartiers défavorisés.
- Aquassistance.
- Education.
- Soutien action associative / campagne de sensibilisation.

Pilier environnement :
- Espaces Verts : Al Warda, Al Qods, Val d'Anfa.

Particularités du RA 2001 :
Création d'Aquassitance.

Axe RH
Evolution de l'axe RH notable. Il est de plus en plus tourné vers l'ensemble de l'entreprise et porté par des valeurs (performance, mérite, dialogue, travail). A noter l'introduction du mot « femme », les mots collaboratrice et employée restent absents.
L'attention portée aux « compétences marocaines » soulignent la volonté d'affirmer l'identité marocaine de LYDEC pour

Ressources Humaines
L'engagement des **hommes et des femmes**
Consciente que les ressources humaines sont la première richesse d'une entreprise, LYDEC a multiplié les actions en vue de valoriser le potentiel de ses collaborateurs et d'améliorer leurs performances.

Le développement des ressources humaines

Enrichir les **compétences**
Grâce aux efforts de formation et de mobilité, le portefeuille de compétences internes s'est considérablement étoffé et des synergies importantes ont vu le jour entre les différents métiers. Les clés de

la réussite : reconnaissance des efforts et récompense de **la performance**. Ce sont là les secrets du **climat social serein** que vit l'entreprise et du fructueux partenariat avec les représentants du personnel.

Evolution des effectifs, un choix **qualitatif** :
A fin 2001, l'effectif global de LYDEC compte 3 585 collaborateurs, dont l'âge moyen se situe autour de 40 ans pour une ancienneté moyenne de 14 ans. Le taux d'encadrement s'est sensiblement amélioré. De 8,9% en 1997, il est passé à près de 11% à fin 2001 (34% avec la prise en compte des agents de maîtrise).

Formation et mobilité, améliorer l'employabilité :
Pour améliorer les performances et enrichir les compétences de ses collaborateurs, deux leviers importants sont privilégiés par LYDEC : la formation et la mobilité.
Ainsi, le centre de formation a reçu 4 368 agents au cours de l'année pour un total de 76 889 heures de formation sur des thèmes en phase avec les besoins professionnels des collaborateurs.
Depuis le démarrage de son activité, LYDEC aura dispensé plus de 282 124 heures de formation à fin décembre 2001.
Parallèlement, la politique de gestion des ressources humaines a encouragé la mobilité professionnelle en tant que clé de réussite et de succès. Encouragée et soutenue, la dynamique de mobilité permet aux agents d'acquérir de nouvelles compétences et de progresser vers de nouvelles responsabilités. Ainsi, plus de 699 mutations ont été enregistrées en 2001. Depuis 1998, 2 141 mutations ont été opérées dont 600 en inter-unité et 1 541 en intra-unité.

Valoriser les **compétences marocaines :**
LYDEC est confiante dans les capacités de ses compétences marocaines, et le démontre tous les jours au plus haut niveau. Ainsi, la composition du Comité de Direction Générale est devenue à majorité marocaine avec les nominations de deux cadres marocains aux postes de Directeur Administratif et Financier et de Directeur des Investissements. En parallèle, plusieurs cadres supérieurs marocains ont été promus à des postes de grande responsabilité à différents niveaux de l'entreprise.

Alphabétisation, **pour étancher la soif d'apprendre**
Tout au long de l'année 2001, le programme d'alphabétisation fonctionnelle au profit des agents volontaires s'est activement poursuivi, en vertu de l'accord tripartite signé en 2000 avec l'OFPPT et la Fondation Zakoura.
Plus d'une centaine d'agents ont participé avec assiduité aux cours dispensés en langue arabe. Les premiers résultats enregistrés, jugés très encourageants, permettent d'envisager les étapes ultérieures envisagées avec optimisme.

Un dialogue social actif et constructif
Convaincue de l'importance du **dialogue social** en tant que source de progrès, LYDEC a veillé à associer régulièrement l'ensemble de ses partenaires sociaux à ses réflexions et décisions stratégiques.
C'est dans ce cadre que s'est tenue la 2ème rencontre avec les partenaires sociaux, consacrée au thème « comment conforter la dynamique actuelle », et qui a permis de faire le point sur les actions entreprises et à venir en la matière. La priorité est également donnée à **l'échange direct** entre les collaborateurs et leurs responsables hiérarchiques notamment par le biais des entretiens annuels qui permettent d'établir le bilan de la période écoulée, de fixer les objectifs pour l'année à venir et de recueillir les souhaits des 1 200 cadres et agents de maîtrise quant à leur formation, leur mobilité et leur évolution.

Le Baromètre social, à l'écoute des collaborateurs
Pour la deuxième année consécutive, **l'ensemble** des collaborateurs ont pu exprimer librement leurs appréciations les acquis et leurs attentes pour l'avenir, grâce au système d'écoute déployé pour recueillir la perception des agents sur l'évolution de l'entreprise.

Menée sous forme de réunions de groupes auprès d'un échantillon représentatif de tout le personnel, l'enquête 2001 confirme qu'aux yeux des collaborateurs, les conditions de travail se
sont nettement améliorées.
La majorité des attentes exprimées lors du précédent sondage d'opinion a été prise en compte et a servi de base à l'élaboration de projets concrets (forums métiers, programme d'alphabétisation...).
De nouveaux axes de progrès ont été identifiés et pris en compte par la direction générale.

Amélioration des conditions sociales, des conditions de travail et de sécurité :
Des ressources humaines bien valorisées et bien protégées contribuent activement au développement de l'entreprise.
LYDEC, qui en est consciente, a multiplié les actions en vue d'offrir à ses collaborateurs un cadre de travail adéquat et des avantages sociaux très appréciés.
Parmi les initiatives remarquées, il convient de souligner que :
• **2 016** agents ont bénéficié de dotations vestimentaires et d'équipement de sécurité et de protection ;
• **203** agents (603 depuis 1998)
ont bénéficié de prêts pour acquisition de logements pour un budget de 40 Mdh (120 MDh depuis 1998) ;
• **97** agents (547 depuis 1998) ont bénéficié de prêts pour acquisition de véhicules personnels et de vélomoteurs pour un budget de 2 417 KDh (8 417 KDh depuis 1998) ;
• **1 169** agents ont été promus et 515 agents ont reçu une prime exceptionnelle de performance.

RAPPORT ANNUEL 2002

Discours :
Souligne l'importance du cadre de vie, de l'insertion de l'activité dans la ville.
LYDEC est dans une dynamique de poursuite des axes initiés précédemment.
La notion de partenaire ressort d'avantage que les années précédentes.

Axe :
Acteur de la ville.
Ancrage territorial.

Termes :
Partager les préoccupations de la cité
Améliorer le cadre de vie.
Responsabilités des acteurs économique dans la vie de la collectivité.
Responsabilités humaines, sociales et environnementales.
Développer son partenariat avec la cité.
La citoyenneté en temps de crise.
Qualité d'engagement et de cœur.
Un acte citoyen.
Partenaires de référence des communes et des municipalités.

Déclinaison du DD :
Axe environnement :
- Assainissement de Aïn Diab

Première mention des investissements.
Mention de la crise de Mohammedia.

Axe social :
- Consolidation des actions en faveur des quartiers défavorisés.
- Education, levier de sensibilisation.
- Soutien à action communale et associative.
- Aquassistance, des salariés engagés dans l'action citoyenne.

Particularités du RA 2002 :

- Axe RH

Management des Ressources Humaines

LYDEC poursuit sa politique de développement de ses ressources humaines à travers plusieurs leviers:

• l'établissement d'un bilan commun et objectif des réalisations des 5 premières années d'activité de l'entreprise ;
• la définition commune des valeurs et de la nouvelle vision à l'horizon 2007 ;
• la consolidation de la dynamique du changement ;
• l'évolution vers un management par la Qualité, participatif et responsable ;
• l'écoute régulière ;
• la généralisation progressive du système d'évaluation annuelle ;
• le développement des compétences par la formation, la mobilité, la synergie, la polyvalence ;
• la politique sociale fondée sur la concertation, le mérite, le partage de l'information et la transparence.

Le développement des ressources humaines

A fin 2002, l'effectif global du personnel s'établit à 3.317 collaborateurs. Face aux objectifs de développement de synergie entre nos métiers et aux exigences de qualité, LYDEC a déployé d'importants efforts en matière de formation, de mobilité, d'évolution de carrière en adéquation avec les besoins de l'entreprise.

Formation : LYDEC a mené une politique des ressources humaines intégrant des programmes de formation axés principalement sur le
développement des connaissances techniques liées à nos métiers de base, sur l'accompagnement de la démarche qualité et sur l'enrichissement des compétences et la promotion de comportements nouveaux en matière de management, de prévention et de sécurité. Au cours de l'année 2002, le Centre de Formation Professionnelle a reçu 4.398 agents pour un total de 70.091 heures de formation. Depuis 1997, ce sont 21.663 agents qui ont bénéficié de 352.215 heures de formation.

Mobilité et évolution de carrière :

A fin 2002, 2.573 agents ont bénéficié de la mobilité dont 691 en inter-unité. Outil majeur au service du progrès de l'entreprise et de la carrière de nos collaborateurs, la mobilité s'exerce entre les entités et entre les métiers et privilégie des parcours de carrière faisant alterner des responsabilités opérationnelles et fonctionnelles, d'expertise et de management.

Un dialogue social actif

En 2002, les rencontres avec les partenaires sociaux ont porté sur :

• La recherche d'une solution appropriée pour sauver la caisse de retraite du personnel statutaire qui se trouve effectivement au bord d'une intenable crise. C'est dans ce cadre que tous les partenaires de LYDEC se sont mis d'accord sur le transfert du régime de la retraite de la CCR en difficulté au régime collectif d'allocation de retraites « RCAR ».
• L'établissement d'un bilan quinquennal de l'activité de LYDEC et d'une nouvelle vision 2007 axée sur la quête de l'excellence et le souci constant d'approcher la qualité totale.

Amélioration des conditions sociales, des conditions de travail, de sécurité et de rémunération

LYDEC a multiplié les actions en vue d'offrir à ses collaborateurs un cadre de travail adéquat et des avantages sociaux très appréciés. Parmi les actions engagées, il convient de souligner que :

• 3.037 agents ont bénéficié de dotation vestimentaire et d'équipement de sécurité et de protection ;
• 871 agents ont bénéficié depuis 1998 de prêts pour acquisition de logements pour un budget dépassant les 200 millions de dirhams ;
• 620 agents ont bénéficié depuis 1998 de prêts pour acquisition de véhicules personnels et de vélomoteurs pour un budget d'environ 13 millions de dirhams ;
• 1.000 agents ont été promus en 2002.

Retraite
Un système pérenne pour sauvegarder les acquis des collaborateurs de LYDEC
Devant l'évolution défavorable du régime actuel et de son déficit structurel, LYDEC a engagé une réflexion sur une réforme de ce système. Cette réflexion menée sous l'égide du Ministère de l'Intérieur et en concertation avec toutes les parties concernées dont notamment
la Communauté Urbaine de Casablanca (CUC), les Partenaires Sociaux, le Ministère des Finances, ont abouti à la nécessité d'aller vers
le Régime Collectif d'Allocation de Retraite (RCAR).
Consciente des enjeux sociaux et économiques de cette réforme, LYDEC s'est engagée à mettre en place un système pérenne qui sauvegarde les droits acquis tant du personnel en activité que des retraités.
La Commission Technique de Suivi de la gestion déléguée de Casablanca, composée de la Direction des Régies du Ministère de l'Intérieur,
de la CUC et de LYDEC a pris acte, lors de sa réunion du 10 décembre 2002, du montant du ticket d'entrée et des schémas de financement.

RAPPORT ANNUEL 2003
Engagement fort d'une entreprise citoyenne

Discours :
Réaffirmation du statut de partenaire et d'acteur de la ville. Poursuite des précédents sans changement de la politique. La démarche s'inscrit dans la continuité. Elle souligne néanmoins la proximité à travers des actions de sensibilisation en partenariat avec les médias.

Axe :
Acteur de la ville. Partenaire de la ville.

Termes :
Un acteur clé du service urbain.
L'une des entreprises citoyennes les plus activement engagées dans de nombreux projets sociaux.
Sur des aspects concrets de la vie de la population.
Partenaire important et incontournable.
A valu une distinction méritée à LYDEC.

Déclinaison du DD :

Axe environnement :
- Campagnes de sensibilisation.
- Opération plage propres : Lalla Meryem. Description des aménagements.

Axe social :
- Des actions au cœur des quartiers défavorisés
- Action de sensibilisation à la protection de l'environnement

Particularités du RA 2003 :

Management des Ressources Humaines
« Professionnalisme et esprit d'équipe pour atteindre l'efficience
LYDEC s'est plus que jamais inscrite dans une démarche globale de progrès permanent et d'interaction avec ses collaborateurs pour créer de la valeur sociale dans un environnement en constante évolution. L'ensemble des collaborateurs est ainsi mieux préparé à anticiper les changements auxquels il est confronté dans le cadre du projet Massira 2007. C'est à travers cette démarche participative et un dialogue constant que LYDEC fonde son efficacité sociale. »

=> Pas de modifications de la démarche RH.

=> Pas de mentions de Hommes et Femmes.

Mobilité et évolution de carrière
Partant de la volonté de rechercher **une plus grande expérience** et de faire bénéficier ses collaborateurs d'un processus d'accompagnement de carrière dynamique, LYDEC encourage la mobilité **dans une diversité de métiers et de fonctions**. A fin 2003, 2.850 agents ont bénéficié de la mobilité dont 29% en inter-unité ; la mobilité permet de décloisonner les activités et les métiers pour une meilleure synergie et diffusion des pratiques ; elle consolide et développe également les **compétences individuelles**, contribue à l'évolution des carrières et améliore la motivation de chacun par un enrichissement des tâches.

Le dialogue social **renforcé**
Convaincue de l'importance du dialogue social, LYDEC veille à construire **des relations durables et un partenariat fructueux avec ses partenaires sociaux** ; après la signature des protocoles d'accord des 13/11/98 et 19/07/99 portant sur l'amélioration des conditions de travail, un nouveau protocole a été signé le 10/07/03 conformément aux orientations stratégiques du projet d'entreprise Massira 2007. De par sa vocation d'entreprise citoyenne et ses missions de service public, LYDEC oeuvre en concertation avec les autorités de tutelle et les partenaires sociaux pour faire évoluer le statut du personnel dans un esprit d'équipe, de cohérence et d'harmonie.
Au-delà des avantages sociaux acquis et de l'amélioration des revenus du personnel, ce protocole qui favorise les synergies, l'utilisation optimale des nouvelles technologies et les meilleures pratiques, apporte des réponses modernes, efficaces et progressives pour un service public efficient.

RAPPORT ANNUEL 2004
Un engagement citoyen soutenu.

Discours :
Poursuite des actions engagées.

Axe :
Engagement citoyen.

Termes :
Son engagement citoyen et social.
Dynamique de développement de ses services.
Promotion de l'esprit citoyen.
L'amélioration du cadre de vie.
Promotion de l'esprit de civisme.

Déclinaison du DD :

Axe environnement :
- Plages Propres.
- Sensibilisation et hygiène.
- Sponsoring émission Rouh Al Moubadara.

Axe social :
- Des actions au cœur des quartiers défavorisés.
- Action de sensibilisation à la protection de l'environnement

RAPPORT ANNUEL 2005
Un engagement citoyen soutenu
Entreprise citoyenne

Projets sociaux
- Actions au cœur des quartiers défavorisés
- Actions de mécénat et de parrainage

RAPPORT ANNUEL 2006
Un engagement fort d'une entreprise citoyenne

Projets sociaux :
Idem précédents

Synthèse :
Répétition des thèmes.

Création d'une Direction du Développement Durable
Feuille de route.

Analyse de la communication

Slogan : « Toutes nos énergies pour vous. »
Le mot « énergie » est un mot fort.
Il vient du latin energia, issu du grec energeia qui signifie « force en action » par opposition à dynamis, « force en puissance ».
Le mot énergie est un concept qui renvoie à l'expérience humaine, au travail fourni, à ce que l'on dépense de force par quantité de temps.
L'énergie est une capacité à transformer un état, soit tout ce qui permet d'effectuer un travail, fabriquer de la chaleur, de la lumière ou de produire un mouvement.
Compéter par « toutes »
Il renvoie également à une des activités de LYDEC, la distribution d'énergie électrique.
Pour vous.

Logo :
Logo en bichromie bleue et verte sur fond blanc.
Un logo fortement symbolique
Trois vagues bleues symétriques descendantes avec un rivage vert.
Elle symbolise un littoral et l'activité eau de LYDEC.
Le rivage vert représente la nature, la terre propre et l'activité assainissement de LYDEC
Demi Soleil et Demi Lune.
Elle symbolise les deux astres diurne et nocturne et symbolise l'activité électricité assainissement.
Le choix de la demi-lune verte est fort. Il rappelle le symbole de l'Islam, une demi-lune et la couleur de l'Islam, le vert.
Bilinguisme du logo.
Le nom de LYDEC apparaît dans les deux langues. L'inscription en capitale offre une présence verticale forte du français alors que l'étalement plus large de la langue arabe, offre une ligne d'horizon plus important à l'arabe.

ENTRETIENS SEMI-DIRECTIFS

11. Questionnaire des entretiens

Ce questionnaire a guidé l'entretien. Il a été adapté à la fonction de la personne interrogée, à sa fonction ainsi qu'à sa sensibilité au sujet.

Questionnaire « Eau, Femmes et Développement Durable »

Objectif : déterminer la place et définition de la problématique « eau, femme / genre et développement durable » selon les différents acteurs de l'eau en France et au Maroc.

Axes de réflexions :

1. Les femmes ont-elles une vision particulière du DD ?
2. Comment la problématique « femmes / DD » est-elle perçue dans nos sociétés ?
3. Quelles sont les valeurs spécifiques d'une vision féminine / genre du DD ?

Nom :
Prénom :
Fonction :
(mettre une croix)
Sexe Masculin :
Féminin :

La place de la femme dans votre entreprise.

1. Quelle est la place de la femme dans votre entreprise ?

2. Quelle est la place de la femme dans le domaine de l'eau ? (Rapport entre femme et « métiers de l'eau » (ingénierie) … Comment expliquez-vous qu'il y ait peu de femmes dans votre entreprise ?)

3. Pensez-vous qu'elles puissent souffrir d'un manque de reconnaissance et pourquoi ?

4. En quoi votre entreprise favorise l'intégration et la mise en valeur des compétences des femmes ?

La place de la femme dans la communication de votre entreprise

5. Quelle importance la femme joue-t-elle dans les campagnes de sensibilisation ou d'éducation que votre entreprise peut mettre en place ?

6. La femme est-elle une cible privilégiée d'une communication grand public de votre entreprise ?

Conception et représentation

7. Percevez-vous un lien naturel entre l'eau et la femme ? Si oui, lequel ?

8. Pensez-vous que les femmes aient une conception particulière du DD ? Et pourquoi ?

9. Si vous deviez donner des valeurs que portent les femmes en matière de DD, quelles seraient-elles ?

Sur le rôle de la femme dans le DD

10. Notez de 1 à 5 selon que vous êtes pas ou tout à fait d'accord avec les affirmations suivantes. (1 = pas d'accord, 2 = peu d'accord, 3 = moyennement d'accord, 4 = d'accord, 5 = tout à fait d'accord)

	1	2	3	4	5
1. La femme joue un rôle essentiel dans la gestion locale de l'eau dans les pays en TM					
2. La femme a une vision plus pragmatique que l'homme du DD					
3. La femme a une sensibilité plus affirmée que l'homme à la protection des ressources					
4. Le succès de la gouvernance de l'eau passe par un rôle plus affirmé des femmes					
5. L'approche genre est une forme de discours féministe (militant)					
6. La femme joue un rôle essentiel de transmission des valeurs					

L'accès à l'eau pour tous

11. L'accès à l'eau pour tous, en quoi est-ce une problématique et un enjeu pour et dans votre entreprise ?

12. Quelle est la démarche adaptée par votre entreprise en matière d'accès à l'eau pour tous ?

13. Quelle est la place de la femme dans les programmes de coopération internationale comme le programme « eau pour tous » de SUEZ Environnement ?

14. Quelle est l'importance de la sensibilisation et de l'éducation de la femme dans ce type de programme ?

La place de la femme dans les problématiques de coopération internationale et de développement

15. Selon vous, quels sont les moyens de faire prendre conscience à la femme du rôle qu'elle a à jouer, dans les pays TM notamment en termes de gouvernance et d'implication dans la gestion de la ressource ?

16. Selon vous, quels sont les outils et arguments à déployer pour renforcer son rôle ?

17. Cette problématique femme / gestion de l'eau reste un enjeu pour les pays Sud, selon vous pourquoi ?

18. En quoi est-elle transposable dans les pays du Nord ?

Genre

19. Connaissez-vous l'approche « genre » ? Si oui, comment la définiriez-vous et que peut-elle apporter à votre activité de distributeur d'eau ?

20. Comment percevez-vous l'approche eau et femmes ? Que peut-elle apporter ?

21. Avez-vous des commentaires ou des remarques sur cette problématique et sur ce questionnaire ?

12. ENTRETIENS RETRANSCRITS

Rappel de la liste des entretiens passés et détails de la retranscription:

40. Anne LE STRAT, PDG Eau de Paris.
41. El Habib CHABADI, ONEP
42. Asma EL KASMI, ONEP.

Rapport de stage ONEP, Observation participante « Eau, Femme et Pouvoir de décision »

43. Renée CLAIR, UNESCO*.

Observation participante « Eau, Femme et Pouvoir de décision », « Femme, Science et Technologie »

44. Denis DESILLE, PS-EAU.
45. Houria TAZI-SADEQ, ALMAE**.

Observation participante « Eau, Genre et Gouvernance »

46. Delphine BOULOGNE, CCAS de Saint-Pol-sur-Mer, Programme « Accès Eau pour tous ».
47. Thérèse CAULLIER, Carrefour des solidarités et Jean-Marie GUEURET, Carrefour des solidarités.
48. Olivia DABBOUS, AFD France.
49. Dominique BOMSTEIN, Environnement Magazine.
50. Pascale GEIGNER, Hydroplus.
51. Najat ZIRARI, Projet Genre stratégie nationale, GTZ.
52. Najat M'JID, UNICEF Maroc.

[SUEZ, SUEZ Environnement, Lyonnaise des Eaux]

53. Elizabeth JASKULKÉ, Adjoint au directeur Environnement et Innovation.
54. Michèle MEYZIE-DEBENEST, Responsable Fondation SUEZ.
55. Malia BELKACEM, Chargée de mission Développement Durable.
56. Stéphane QUERE, Directeur du Développement Durable.
57. Alain MATHYS, Directeur du programme « Eau pour tous ».
58. Frédérique RAOULT, Directrice de la Communication.
59. Lisette PROVENCHER, Directrice de Aquasistance.
60. Mathieu LE CORRE, Ingénieur – responsable projets Aquasistance.
61. Jacques LABRE, Directeur des Relations Institutionnelles.
62. Dominique PIN, Directeur du Développement Durable.
63. Pascale GUIFFANT, Chargée de projet aux Relations Institutionnelles.
64. Hélène VALADE, Directrice du Développement Durable.
65. Daniel VILLESSOT, Directeur Technique.
66. Dominique OGERON, Directeur de la Communication.

Observation participante, Rapport de stage

[Terrain Lyonnaise des Eaux]

67. Valérie TORDEUR, Chargée de communication Nord Littoral.
68. Dominique SEVESTRE, Responsable Agence Clientèle.
69. Jean-Luc DE ZOOMERRE, Chargé du projet Accès à l'eau pour tous et Rodolphe AGEZ, Chargé du projet Accès à l'eau pour tous.

Observation participante.

[Terrain Lydec]

70. Bouchra GHIATI, Directrice de la Communication et du Développement Durable.

Observation participante, Rapport de stage.

71. Laurent GUILLAUME, Directeur des Ressources Humaines.
72. Tahar AGAL, Responsable Aquasistance Maroc et Directeur Exploitation Eau et Assainissement.
73. Leila BERRADA, Responsable Lydec et vous et Hicham DAOUDI, Responsable Marketing.

Observation participante sur Lydec et vous

74. Ingrid PECHELL, Responsable du Département d'Accompagnement Clientèle.

Observation participante, suivi des équipes et focus groupe.

75. Abdellatif ABDARAZAK, Chef de projet INMAE, Douar Lamkenssa.
Observation participante sur le terrain, focus groupe, Lamkenssa.
Enquête genre.
76. Abdelmajid HILAL, Chef de projet INMAE, Douar Rmel.
77. Mina KIRCHI, Animatrice, Douar Rmel.
Observation sur le terrain Ouled Saleh.
78. Morad BELMINE, Animateur, Douar Lamkenssa.
Observation sur le terrain Lamkenssa

1. Anne LE STRAT, Pédégère Eau de Paris

Entretien le 28/01/2006.

(Explication de la thèse)

Commentaires
1/ Parce qu'en fait, ce sont les femmes qui sont les premières actrices de tout ce qui attrait à l'eau parce que c'est elles qui vont au puits, elles qui cuisinent… Elles et les fillettes. Ce sont les premières actrices. C'est pour cela aussi que ça intéresse plus parce qu'on commence à comprendre que ça conditionne tout le développement économique et social et c'est une des raisons pour lesquelles la question de l'accès à l'eau a été peu travaillée. Il y avait un Rapport Camdessus qui commençait par ça, c'est une des plus grandes injustices et surtout, une injustice silencieuse.

2/ Le Maroc est plus avancé sur la question de la gestion de l'eau à travers l'ONEP, une belle entreprise nationale. Mais le Maroc sur la question sociale, le droit des femmes, la question est bien pire qu'en Algérie ou en Tunisie.

Quelles sont les figures de l'eau selon vous ?
Les grandes figures qui symbolisent le combat de l'eau dans le monde, sont des figures féminines, Vandana Shiva, Maud Barlo, Aminata Traoré, même si elle ne parle pas que… Y a aussi des hommes évidemment, plus pour l'Europe. Celles qu'on entend plus, ce sont des voix féminines.
C'est une question qui m'intéresse, c'est quelles sont d'après vous les personnalités qu'on entend plus sur l'eau ?
Serge Lepeltier, un petit peu quand il était ministre, Mme Bachelot pas du tout, Dominique Voynet avec la loi sur l'eau. Nelly Olin avec la loi sur l'eau avec une campagne sur l'eau du robinet. Ce ne sont pas des prises de position. A part eux, il n'y a pas de prises de positions. Danielle Mitterrand et moi avons une position politique avec des conséquences. Les autres, on peut citer Jean-Luc Touly de l'ACME pour les hommes, Marc Laimé qui est moins politique.

Quels sont les enjeux liés à l'eau ?
Je suis persuadée que c'est un enjeu majeur. On n'a jamais parlé autant d'eau, depuis 3 ans, ça va crescendo. L'eau, j'en suis persuadée, deviendra un enjeu premier même face à mes camarades qui sont plus dubitatifs.
La gestion publique va venir notamment à Paris. L'eau n'est pas un enjeu visible, y'a pas de crise. Evidemment, il y a des sécheresses. Ca commence à devenir préoccupant. Ce qui a des avantages et des désavantages quand on travaille, on a du mal à faire passer les messages, surtout que c'est un sujet difficile.
Il y a distinction à faire entre le politique et la technique. Les sciences sociales ont d'autant plus à se faire place. Aujourd'hui, on le traite sous l'angle de l'ingénierie, la technicité spécialisée très masculin. Les spécialistes de l'eau sont des hommes, il y a peu de femmes sauf au niveau de la chimie, des laboratoires. Nous d'ailleurs on embauche de plus en plus de femmes.

Pouvez-vous me parler de la politique de féminisation de EdP ?
C'est aussi pour cela que j'ai voulu qu'on féminise mon entreprise en venant d'un milieu différent, subissant entre guillemet ou plutôt connaissant ce regard que l'on peut porter parce que l'on n'est pas de ce monde là parce que j'ai fait une thèse en géopolitique donc j'ai position issue des sciences sociales, je suis politique, je suis femme et je suis jeune, le regard est forcément souvent porté de telle manière qu'on a souvent l'impression qu'on est pas à sa place et même encore maintenant, on a encore l'impression d'être un peu ovni, c'est pas si naturel que ça d'avoir de telles responsabilités à ce niveau. C'est encore pénible en France où l'on a beaucoup de retard et pas beaucoup de réflexion sur ces questions et ce à tous les niveaux dans la sphère politique, économique et sociale pour représenter le pouvoir dans la sphère féminine. Il faut se mettre sur la voie de la féminisation et ce malgré les réticences.

Comment se manifeste ces réticences ? Sont-elles très visibles ?
Non, elles ne sont pas très visibles ces réticences parce qu'il existe une sorte de politiquement correct qui fait qu'on ne peut pas en parler ouvertement. Ce n'est pas ouvertement dit. Les femmes en parlent plus que les hommes qui ont encore l'idée qu'une femme n'est pas forcément à sa place dans certaines positions. Les réticences sont plus présentes que ce qu'il ne transparaît donc ou alors elles sont vaincues, ce qui est la majorité des cas, par le quotidien et certaines restent et dans ces cas là, on a des victimes. Mais globalement, dans mon entreprise, le fait d'avoir eu le label, a donné une forme de reconnaissance et de fierté dans la société, ce n'est plus seulement le gadget pour les financiers, car il y a une reconnaissance extérieure et cela fait évoluer notamment les pères. Ils voient que leurs filles souffrent d'une position dans l'entreprise, qui vont de fait réfléchir à cette situation.

Les formations réalisées, quels ont été les thèmes ?
Beaucoup ont porté sur les discriminations, le harcèlement… Il faut dans ce cas là, allez voir la DRH et leur demander en détails. Car on a inclus le travail sur les non discriminations liées au sexe sont désormais intégrées aux épreuves pour non discrimination dans le management. Et ça a posé la question des minorités visibles. Les femmes, c'est pas facile mais on y arrive par contre les minorités visibles, ça passe moins bien. C'est plus nouveau. On parle tous ouvertement de discriminations mais il existe encore un racisme au quotidien. Il y a une résistance forte sur la question de la couleur. Sur la question de la femme, la position patriarcale, dans la prise de décision, on voit le privilège d'être homme.

Quelle est la place de la femme dans votre entreprise ?
Aujourd'hui, on est à 25% de femmes avec une tendance à féminiser avec beaucoup de féminisation des cadres. La tête de l'entreprise est très masculine. Il y a une femme que j'ai nommée dans le comité de direction à la directrice générale déléguée. Et c'est le fruit d'une bataille, rien n'est venu de soi. J'ai demandé à avoir à PDG pour avoir le pouvoir car avant, je n'avais pas d'influence sur les décisions. Mon intérêt était d'avoir un pouvoir et pas d'être là seulement en tant que femme, potiche. L'autre femme, je l'ai nommée car elle a les compétences alors qu'elle avait été relayée à une fonction sulbaterne. Il y a une tradition existante ici que les directeurs doivent être des hommes, c'était un mode à l'ancienne avec des prises de décision sans femme. Aujourd'hui, ça a changé car il y a eu une évolution et un politique correct qui fait que ça se voit pas et aussi que ça change progressivement.

Femme et Développement Durable, seraient-elles porteuses de valeurs particulières ?
C'est une question que je me pose et qui revient régulièrement. Elle revient pour le DD mais pas seulement. L'idée qu'il existe une culture qui dicterait des comportements. Je ne suis pas une différencialiste mais plutôt une culturaliste qui englobe. Je suis d'accord pour dire qu'il y a des éléments proprement féminins, l'exemple le plus parlant est évidemment la maternité. J'ai toujours pensé pour se battre politiquement pour les comportements, que les pratiques culturelles changent et je reste convaincue de ça. Dans la pratique, les femmes ont des pratiques différentes. Selon moi, le poids de la culture et le poids de la tradition font que les femmes même les féministes les plus convaincues vont agir selon la tradition. Cela je l'ai ressenti quand j'ai pris ma fonction, je suis apparue nécessairement comme une féministe et donc avec des tendances sexuelles cataloguées, on croyait que j'étais lesbienne parce que j'ai une vie qui ressemble plus à celles d'un homme. Je n'ai jamais eu d'allusion à ça mais je sens bien que je devrais commencer à faire des enfants. La France est aujourd'hui, le premier pays nataliste d'Europe alors qu'on a longtemps été le dernier. Il y a une sorte de pression sociale compliquée à expliquer qui fait qu'une femme n'a pas d'enfants, surtout à un certain âge et encore je peux encore en faire, régulièrement c'est, est-ce que vous avez des enfants. Et en plus pour certains, je serai même une mauvaise mère car je serai tout le temps en train de travailler. Ca reste. Pour en revenir aux différences de comportements, globalement, il y a une tendance, les femmes parlent moins pour ne rien dire, travaillent plus leurs dossiers, sont plus sérieuses, sont plus consciencieuses… Tout ça est plus culturel car on a tellement plus à prouver que les hommes qu'on est légitime, on nous fait moins de cadeaux, il faut donc faire plus et parce qu'également, au niveau de la prise de parole, les femmes sont moins à l'aise parce que la sphère publique est encore masculine. Quand on va les tribunes, les conférences, ce ne sont que des hommes. Il n'y a pas une seule femme ce qui est comme même dingue.

Par rapport à l'eau, pourquoi les femmes prennent plus facilement la parole ?
Je n'ai pas assez réfléchi sur la question ce qui est une certaine frustration pour moi. Néanmoins quand on voit le discours, notamment celui de Mitterrand, cela reste encore trop la vie. Cela m'ennuie car justement, cela n'est pas lié d'une manière ou d'une autre, de manière consciente ou inconsciente à notre fonction de reproduction et d'attachement à la vie qui fait qu'on est peut-être plus sensible, ça m'ennuie de le reconnaître mais je pense que c'est vrai, je pense que c'est comme même un peu vrai. Même si je pense que c'est très politique et que je me considère comme une femme, quelqu'un de politique et d'engagé. C'est tout de même, le premier élément vital. On peut ne pas manger mais on ne peut pas, ne pas boire. C'est tout bête mais on est constitué essentiellement d'eau. Qu'on le veuille ou non, c'est rattaché aux notions de vie, de vitalité, de développement… Alors après, que ce soit éminemment politique et qu'il y est beaucoup de femmes montre que c'est vrai. C'est un monde où la prise de parole est beaucoup plus féminine, indéniablement. C'est pour ça que je n'y ai pas plus réfléchi à ça. J'y ai beaucoup pensé mais qu'il faudrait interrogé notamment les femmes.

Pour moi par exemple, qu'est-ce qui m'a conduit à l'eau ?
L'eau est venue par la politique chez moi. J'ai fait une thèse sur l'eau dans le conflit israélo-palestinien. Ce qui m'intéressait, c'était les enjeux politiques dans cette région. Mais l'eau est venue parce que j'ai une conscience écolo depuis très longtemps. Je l'ai donc abordé tout d'abord sous l'angle du politique. Après, quand j'ai été élue, il a fallu départager les responsabilités dans le XVIIIème arrondissement. Il y avait ce thème là, je me suis dis pourquoi pas. Mais je ne peux absolument pas dire que c'était pensé, c'est plus venu comme ça. Je suis arrivée à l'eau par le biais politique. Maintenant que je suis dedans, je trouve ça passionnant. Un homme me l'avait dit d'ailleurs, une fois que vous êtes plongée dans le domaine de l'eau, vous aurez dû mal à en partir. C'est un domaine qui est passionnant.
On ne peut donc pas dire que mon intérêt premier était l'eau. Pour Mitterrand, pour moi, on ne peut pas dire que son premier intérêt était l'eau. Au début elle parlait des droits fondamentaux. Elle en est arrivée à la conclusion qu'un des droits fondamentaux, c'est l'eau. C'est comme même, c'est un enjeu d'avenir important, un enjeu politique et un enjeu d'humanité. Si c'est à refaire, je n'aurai pas fait de l'agronomie, de l'ingénierie, de la technique car cela ne m'attire pas. Ce qui révèle un élément de société, les jeunes femmes n'ont pas nécessairement envie ou ne sont pas orientées vers des filières techniques. C'est la limite. Le potentiel de recrutement est limité. Il existe un potentiel non exploité. Et c'est vrai que moi, l'eau me passionne pour son potentiel culturel, symbolique, politique que pour son potentiel technique. Du coup, je m'y suis mise. Mais honnêtement, savoir pour enlever les molécules, il faut telle technique, cela ne m'intéresse pas. Je m'y suis mise pour comprendre les enjeux mais ce qui m'intéresse, c'est les enjeux politiques. L'objet est un objet multiple et complètement transversal. On a à peu près toutes les dimensions ce qui n'est pas ennuyeux.
Et pour répondre à la question, pour moi, les femmes, vont donc s'y intéresser sous l'angle des droits humains.

A l'UNESCO, les personnes qui s'intéressent aux problématiques de l'eau sont souvent des sciences dures, il s'intéresse aux questions des femmes et la technique, la science. J'ai l'impression que la raison qui l'explique est que la technique donne de la légitimité.
Comme c'est un monde qui est encore très technique. J'ai plusieurs fois eu l'impression de ne pas être légitime. Souvent le monde de l'eau notamment dans les conférences quand on vous donne que des graphiques et des tableaux, il y a un côté un peu aride, borné dans la manière de faire. Il leur manque de dimension critique et de à quoi ça sert. Par exemple, je me suis battue pour baisser le niveau de chlore dans nos réseaux et les réponses qu'on m'a donné, c'est nous on fait bien notre boulot et ça nous est égal les questions de goût. Ils répondent aux critères techniques mais pas nécessairement aux critères de demande, de perception, de rapport à l'usager. On le voit à EDP, il y a peu de femmes qui souvent s'interrogent plus sur la relation à l'usager que les hommes. Les femmes s'interrogent plus sur leurs attentes, leurs besoins.
A EDP, nous ne sommes pas en lien direct mais on essaie de l'être en développant des guides, des actions de communication. On n'a jamais été autant en relation avec le public car j'essaie de faire parler de ces services, de ce qu'on fait… Ce qui a été une mini-révolution. Pourquoi communiquer ? Pourquoi expliquer ? Il n'y avait pas d'intérêt pour l'ancienne direction, c'est bien mais ce n'est pas leur métier, leur compétence.

Il y a beaucoup qui étaient fiers d'avoir le label d'égalité mais d'autres trouvaient que ce n'était pas notre métier. C'est important d'expliquer de la technique mais dans ce cas là, il faut sortir du langage technique pour expliquer au public notamment aux journalistes. Globalement, les journalistes ne comprennent pas le sujet de l'eau parce qu'il est très technique.

Pourquoi selon vous ?
Pour beaucoup de journalistes, il faut leur faire tout le dossier surtout pour la technique. Aujourd'hui, j'ai été interrogée sur la question de la gestion publique dont on entend plus parler. Je vais être interrogée par une journaliste d'Hydroplus… Il y a beaucoup de journalistes femmes sur ces questions. Valeurs Vertes, Hydroplus, Environnement Magazine… Il y a une majorité de femmes.

Pour en revenir à la presse, on parle beaucoup de sécheresse, du goût de l'eau et un peu plus, de la gestion publique.
C'est évident que la gestion de Paris va permettre d'en parler plus. Car c'est un gros contrat, un enjeu de taille.

Programme de coopération décentralisée, quels sont les projets ?
A nous, ça reste beaucoup des questions d'adduction d'eau. On est dans la technique même si j'ai toujours dit qu'il fallait intégrer les villageois, les associations et notamment, les femmes. Former un comité de gestion pour que les femmes soient présentes mais c'est difficile, car on ne peut pas arriver avec notre modèle et l'imposer. On essaie d'intégrer la dimension genre mais en même temps, ça reste très technique. On a une partie d'analyse sociale qu'on a intégré dans les dossiers. On intègre les femmes. C'est une chose qu'il faut répéter. A chaque fois que j'ai rencontré des villageois, des ressortissants, etc., c'était des hommes. En plus, ils n'ont pas l'habitude de voir une femme comme interlocuteur. En France, c'est passé parce que je suis un peu connue. Mais à l'étranger, ça se voit encore. Beaucoup me demandent comment je suis arrivée là. Certains me le disent franchement, qu'ils ne s'attendaient pas à voir une jolie jeune femme à la direction. Ce qui est désagréable car on n'est jamais vraiment pris au sérieux. Avec le temps de la collaboration, ils s'aperçoivent que ce n'est pas le cas. Ce qui provoque un effort en plus. C'est assez triste. Il faut apprendre à se faire respecter parce que j'ai décidé de remplacer la tête de l'entreprise. Mes actions ont tellement étonné que j'ai été considérée, que les gens ont compris que je pouvais renvoyer les personnes, que je prenais des décisions… Si on n'a pas de caractère et de capacité à s'imposer, on n'y arrive pas. C'est une tarte à la crème mais c'est totalement vrai parce qu'on n'est jamais totalement légitime.
Par exemple : j'arrive à la Chambre de Paris et j'étais en retard, je portais des dossiers et quand j'ai demandé où était la réunion, on m'a demandé si j'étais là pour apporter des dossiers… Ce qui était insupportable car pour ce monsieur, je ne pouvais pas être autre chose que la secrétaire.

Ce type d'épisode montre qu'il faut un travail sur les représentations auprès des hommes, mais par quelles actions ? La discrimination positive ?
Je voudrais qu'on féminise les effectifs pour que les représentations changent. Alors je n'aime pas particulièrement le mot discrimination positive car cela a plombé le concept. C'était très vicieux et que les opposants s'en servent. Et je préfère utiliser le terme anglais « affirmative action ». Ce n'est pas une « discrimination » positive. Et dans ce cas là, la discrimination négative ne choque jamais ? Comme ce mot est plombé et qu'en France, on n'est pas égalitariste mais je préfère parler d'un rééquilibrage. Il y a un retard à rattraper. Je trouve très bien que Royal soit dans les présidentiables. Et cela est bien qu'elle soit Présidente rien que pour montrer que le plus grand pouvoir peut être représenté par une femme. Maintenant, on dit le et la. On dit le ou la présidente. C'est une révolution. Le plus visible souvent, c'est la résistance par les femmes. Dans mon cas, la résistance a souvent été le fait de femmes. Elles étaient les premières à internaliser qu'il y avait une domination masculine et que c'était comme ça. Quand je suis arrivée, il fallait justifier que je sois là et j'étais une Margaret Tatcher… Il fallait que j'incarne une idée du pouvoir qu'elles connaissent. Et j'ai bataillé contre cette idée. Un autre exemple, c'est au cours d'une réunion avec La Maire de Sens qui m'a répondu qu'elle n'était que la mère de ses enfants. Ce genre de réaction m'énerve et j'ai continué à l'appeler Madame La Maire. Mais je pense que les jeunes générations ont dépassé ce débat. Ces idées restent chez les vieilles générations et plutôt de droite. C'est plutôt une

représentation traditionnelle. Quand une femme veut se faire appeler par un titre masculin, pour moi, c'est un moyen d'internaliser les modalités de domination du schéma traditionnel masculin. Pour moi, il faut pouvoir montrer que le directeur peut être une femme, une directrice en changeant le terme. Et à l'argument « c'est moche », je réponds qu'on dit directrice d'école, institutrice ou assistante et que ça ne choque pas alors que directrice financière, ça choque. Parce que c'est un monde d'hommes.

Ce sont des arguments de mots uniquement ?
Pour moi, elles ont abdiqués. Ce sont des arguments de mots et de pouvoir. C'est une manière de montrer qu'elles sont rentrées dans le monde masculin en étant femme et en arborant qu'elles y soient. Mais pour moi, elles portent encore l'habit masculin. Un directeur financier ne peut être qu'un directeur financier. Et ce sera toujours une directrice d'école. On me disait souvent au tout départ, un homme politique, le maire adjoint… Et que je faisais partie des hommes politiques. On dit « ménagère » c'est féminin et « homme politique » c'est masculin. Il y aurait des pouvoirs qui restent pour eux, féminin ou masculin. La vraie bataille est celle des mots, enfin, elle n'est pas neutre cette bataille en témoigne la réaction de l'Académie française.
Les femmes ne sont pas à ce titre le meilleur allié du changement. C'est là aussi de le fruit de l'expérience qui a été pour moi, une déception.

La cause féminine qu'elle soit portée par des hommes, cela est positif pour vous ?
Alors je suis complètement pour la mixité. Autant je suis féministe, autant je suis pour la mixité et qu'il faut que les hommes soient reconnus comme des pères. Il faut l'égalité jusqu'au bout. Un enjeu est de reconnaître la paternité. On évoluera que s'il y a des hommes avec nous.

C'était tout l'intérêt de l'approche genre… En quoi la connaissez-vous ?
Je l'ai lu. C'est un terme que j'ai utilisé notamment quand j'ai travaillé avec le pS-Eau. Pour moi, c'est un outil utile, mais j'en parle pas ici car ça rajouterait de la complexité. Je vais l'utiliser dans d'autres cercles. Par contre, ce qu'on fait, ça se traduit par des actions ou une approche genre. Déjà, j'ai pris la position d'un « développement soutenable », alors le genre, c'était un peu trop.

Justement, pourquoi avoir pris cette position de développement soutenable ?
Alors en quelques mots, pour moi, le concept soutenable, dans ses trois piliers doit se décliner dans le soutenable ou viable. Je ne crois pas qu'ils doivent s'inscrire dans la durée mais soutenable, viable… C'est vrai que c'est plus facile à comprendre en anglais mais plus viable pour son environnement. Et durable, c'est pas une surprise que tous les plus grands pollueurs parlent de développement durable, de croissance durable voir de profits durables, ça n'a plus rien à voir… L'intérêt du soutenable, c'est qu'on peut remettre en cause dans la durée car je ne veux pas que le développement soit durable. Je trouve que le terme est galvaudé, non pas durable, je veux qu'il soit soutenu. Et ça était difficile à faire passer en interne. Beaucoup n'ont pas compris la finalité et je pense qu'il faudrait refaire un argumentaire en interne. C'est un travail pédagogique. Tout le monde comprend bien ce choix de soutenable étant donné que durable est galvaudé. C'est sur qu'on est un peu seul mais il a plus de valeurs qu'un développement durable.

2. El Habib CHABADI, Directeur Communication ONEP

Entretien Septembre 2005.

Comment procédez-vous pour promouvoir l'image de l'ONEP ?
Je ne suis pas dans la communication à l'origine. J'ai dû tout apprendre et construire par moi-même. J'ai reçu des formations et je me suis beaucoup basé sur Communicator : Le guide de la communication d'entreprise de Marie-Hélène Westphale. A partir de là, nous avons développé un nouveau logo, des supports de communication interne comme le journal interne, l'intranet. Nous avons aussi créé de nouveaux supports avec une brochure, un CDRom et nous développons actuellement le changement du site.

Sur quels messages avez-vous basé votre communication ?
Cela dépend des supports. Pour le journal interne, nous jouons beaucoup sur le sentiment d'appartenance et la fierté. Il y a un fort sentiment partagé par les collaborateurs de l'ONEP d'appartenir à une entreprise reconnue. C'est aussi une entreprise nationale, c'est une organisation marocaine et les employés de l'ONEP développent une identité forte. L'ONEP est une grande entreprise, elle compte plus 7 000 personnes avec des entités dans tout le pays. Il faut communiquer et assurer qu'il y a une implication de tous. Dans le journal interne, nous donnons la parole au Directeur, l'ONEP est un groupe où la figure d'autorité est importante et pour nous, il faut respecter les relations hiérarchiques de notre organisation.

Dans votre brochure, vous faites référence au droit à l'eau, pourquoi ce choix ?
Le droit à l'eau, c'est un idéal. Il a été défini par la communauté internationale, pour nous, s'y référer, c'est montrer à ceux qui lisent cette brochure que nous respectons ce droit et que nous souhaitons inscrire notre activité. Aujourd'hui, au Maroc, l'accès à l'eau est presque généralisé dans les villes et en cours de forte progression dans les communes rurales. Assurer l'accès à l'eau pour tous au Maroc, c'est un vrai objectif qui est réalisable grâce aux efforts de l'ONEP. A partir de l'accès à l'eau, l'autre grand défi pour l'ONEP est l'assainissement. Le Maroc est en retard en matière d'assainissement et communiquer sur des éléments de communication clés, cela permet de faire comprendre que l'ONEP assure ses missions.

Quelle la place de la femme dans vos actions de communication ?
Nous avons un département qui s'occupe de la sensibilisation des femmes à travers une Chaire UNESCO, Asma El Kasmi. Elle axe ses actions sur l'éducation et la sensibilisation des femmes dans les campagnes. Nous au niveau de la communication, nous avons également conscience de l'importance de communiquer avec les femmes. Nous avons une unité mobile qui sillonne le Maroc dans les régions rurales et les campagnes. A chaque fois que nous allons dans les campagnes et les petites villes, nous organisons souvent des réunions. Souvent, ce sont les femmes qui viennent et elles nous posent des questions… Sur la qualité de l'eau, comment l'eau est traitée… Nous avons l'occasion d'expliquer le cycle de l'eau, les liens entre l'eau et la santé de leurs enfants. A force de contacts et rencontres, nous nous sommes combien il était important de donner des informations à ces femmes car elles ne savent pas nécessairement comment conserver l'eau de façon plus hygiénique, de comprendre les liens entre l'eau et les maladies des enfants… Avec des gestes simples et des supports explicatifs, on peut répondre à leurs questions et nous pouvons enseigner des bonnes pratiques pour limiter les maladies… Faire comprendre nos missions et nos objectifs. C'est une forme de communication qui construit plus de confiance avec nos clients.

Pour vous, qu'évoque l'association « eau et femme » ?
Les femmes que l'on rencontre dans les communes rurales. Celles qui s'occupent de l'eau et qui doivent la porter sur plusieurs kilomètres. Pour moi, l'eau et la femme, c'est la corvée et la nécessité de raccorder les communes rurales à l'eau pour faciliter la vie de ces femmes et de leurs petites filles.

3. Asma EL KASMI, Responsable de la Coopération internationale, ONEP et Directrice de la Chaire UNESCO « Eau, Femmes et pouvoir de décision »

Stage Septembre 2005, cf. Rapport de stage sur l'ONEP « Les femmes, le développement durable et l'Office National d'Eau Potable » p.

Notes d'entretien sur la chaire « Eau, Femme et pouvoir de décision »

Quel est le rôle de la société civile dans les services d'eau et d'assainissement ?
La société civile est une source d'efficacité et de vitalité. Le succès de tout projet et dans les services d'eau et d'assainissement dépend de l'implication active de la société civile à travers la définition des priorités pour les décisions d'investissement. Cela nécessite également d'exiger des entreprises d'eau de répondre aux besoins de la société civile. Cette dernière joue un rôle de gardien pour maintenir le progrès (réformes) et de garantir l'engagement des utilisateurs dans la réduction des pertes et autres défis techniques.

Dans ce contexte, quel est le rôle des femmes dans les services d'eau et d'assainissement ?
Si les femmes jouent un rôle mineur dans la prise de décisions, elles risquent d'être marginalisées. Il est important de reconnaître le rôle central des femmes dans l'approvisionnement, la gestion, et la protection, mais leur implication dans les processus de réformes, régulations… Dans cette perspective, il est inefficace de se concentrer sur les femmes en les isolant des relations sociales. Dans ce cadre, l'approche genre se base sur les rôles et responsabilités spécifiques Homme et Femme dans la société. Elle s'intéresse sur les relations Hommes et Femmes et comment ces dernières influent sur l'accès aux ressources, participation dans les prises de décisions.

Qu'évoque pour vous le lien « eau et femme » ?
La petite fille, les femmes rurales qui doivent aller chercher l'eau… Celles pour qui on essaie de faire progresser l'accès à l'eau et les mentalités.

Pouvez-vous me préciser l'approche genre et son intérêt ?
L'approche genre dans le développement souligne combien il est possible de promouvoir des changements dans les relations Homme et Femme en faveur de la division de travail et du pouvoir plus équitable. Il est possible de développer des mécanismes pour faciliter les processus de développement. Son objectif est la division équilibrée entre hommes et femmes pour l'accès à l'information (identification d'espaces appropriés), le travail physique (triple rôle pour les femmes), les contributions en temps et argent (femmes: eau domestique) et les prises de décision (utilisation, planification et gestion) et l'accès aux ressources et le contrôle des ressources et bénéfices liés au service de l'eau.
Une telle approche prend en compte les différences entre les intérêts des femmes et hommes (même au sein du même ménage); les conventions et hiérarchies qui déterminent les positions des hommes et des femmes dans la famille, communauté et société qui mènent à la soumission des femmes, les différences parmi les F et les H basées sur l'age, la fortune, l'appartenance ethnique… La question est d'interroger comment les rôles et relations "genre" changent en fonction des tendances socio-économique et technologique. Au-delà du souhait de rôles équilibrés entre Homme et Femme, il s'agit de définir comment les femmes peuvent contribuer à l'efficacité des projets.

Peut-on mesurer les impacts sur les services d'eau et d'assainissement ?
On peu déjà observer que les équipements sont mieux adaptés techniquement, mieux situés, utilisés et maintenus. Le fait que les hommes et les femmes ont été consultés, permet de dégager les connaissances locales et les perceptions différentes par rapport à la qualité et quantité d'eau. Par exemple, les femmes, chargées de l'approvisionnement en eau des ménages, sont les plus affectées par les pannes des équipements et seraient les techniciens de maintenance les plus fiables (difficultés dues au contexte socio-économique). L'enjeu est d'identifier ces contraintes et d'y remédier. Les autres bénéfices de l'approche genre dans les services d'eau et d'assainissement sont plus connus, il comprend la réduction des maladies hydriques, la meilleure scolarisation des enfants (filles), le gain de temps pour les femmes pour d'autres activités…

En quoi l’approche genre peut aider à promouvoir le statut des femmes ?
La participation des femmes aux services d’eau et d’assainissement s’appuie sur plus d'écoute et d'habileté dans la prise de décisions et dans la gestion des ressources. Cette approche renforce la capacité des femmes et contribue à la réduction des inégalités sociales. Sans attention spécifique aux perspectives genres, les projets peuvent renforcer les inégalités et différences entre les hommes et les femmes même quand il y a une focalisation explicite sur la participation des femmes. Elle permet d’effacer progressivement les divisions non équitables liées au travail domestique.

Quelles sont les contraintes liées à cette approche ?
La première contrainte est la dimension genre n’est pas explicite dans les politiques et les stratégies. Les femmes doivent être spécifiquement ciblées pour amener un changement. Une deuxième limite est un progrès surtout dans les domaines perçus comme naturellement associés aux femmes (eau domestique). Une aporie liée à cette limite est de stéréotyper les rôles des femmes, ce qui conduit à généraliser les caractéristiques des femmes et qui ignorent les différences entre les femmes. Au niveau international, l’approche est limitée par une expertise dominée par les hommes. Il y a des actions concrètes à mener pour promouvoir l’approche auprès des décideurs. Cela ne peut que prendre du temps.

Quelles sont ces actions ?
Il faut renforcer les décisions institutionnelles comme la promotion des femmes dans des domaines où elles sont minoritaires et de valeur des hommes pour promouvoir les politiques genre. Concrètement, cela doit se traduire par des engagements budgétaires, d’introduire une distinction de sexes dans le type de données collectées, de définir des méthodologies de planification et d'évaluation, d’adopter une approche flexible d'apprentissage (relations genre changent en fonction du temps, des contextes socio-économique et technologique). Il faut aussi promouvoir de la formation et la sensibilisation en ciblant les hommes.

Quels sont les objectifs de la Chaire Unesco ?
Les missions sont l’éducation et la formation des femmes pour gestion durable de l’eau, l’amélioration des conditions de vie des femmes (milieu rural) et l’implication des femmes dans les sphères de décision à tous les niveaux (du village, de la communauté, des institutions). Il y a aussi l’amélioration de la qualité de l'eau et protection de l'environnement, l’intervention auprès des décideurs pour prise en compte de la perspective d'égalité entre hommes et femmes dans les politiques et les programmes relatifs à l'eau, et enfin la sensibilisation du grand public au rôle des femmes (Eau). Nous avons des projets de recherche, des programmes de formation ou encore des projets intégrés dans les douars.

4. Renée CLAIR, Responsable Chaire UNESCO « Eau et Femmes », Secteur des Sciences Exactes et Naturelles, UNESCO

Observation participante dans le cadre du Cannes Water Symposium, « Rencontre internationale des Chaires UNESCO « Femmes, science et technologie » et « Eau, femmes et pouvoir de décisions », Juin 2006. (*Cf. 8. b. Rapport observation participante et Mission Rencontre internationale des Chaires UNESCO*)

Quelle est votre fonction ?
Je travaille au sein à l'UNESCO notamment sur la problématique de l'accès des femmes au science et aux téchnologies dans le Secteur des Sciences Exactes et Naturelles. Je m'occupe par exemple, du programme de l'UNESCO et l'OREAL pour octroyer des bourses à des femmes qui font de la recherche scientifique. J'ai été amené à travailler sur la thématique de l'eau à travers les réseaux UNITWIN de l'UNESCO.

Quel est le but des réseaux UNITWIN ?
Le Programme UNITWIN et Chaires UNESCO a été créé en 1992 pour stimuler la coopération internationale au sein des universités et renforcer les capacités de celles-ci, notamment dans les pays en développement. Les Chaires faisant partie de ce programme travaillent plus spécifiquement sur des thèmes prioritaires de l'Organisation et fonctionnent en réseaux.
Ce programme de l'UNESCO est l'un des instruments privilégiés du renforcement des capacités par la mise en commun et le transfert des connaissances dans un esprit de solidarité. Il promeut la coopération Nord-Sud et Sud-Sud comme stratégie d'enrichissement des institutions. Les participants sont principalement des universités et des instituts de recherche, agissant en partenariat avec de nombreuses ONG, fondations et organisations des secteurs public et privé, jouant un rôle dans le domaine de l'enseignement supérieur. UNITWIN offre à la communauté de l'enseignement supérieur la possibilité de s'associer à l'action de l'UNESCO pour réaliser les objectifs de l'agenda mondial.

En quoi est-il lié au réseau de chaires que vous animez ?
Nous travaillons en réseau pour ces chaires et UNITWIN facilite ce travail en réseau.

Quel est le thème de votre réseau ?
Au début, nous avons crée plusieurs Chaires UNESCO travaillent sur des thèmes liés à la femme comme les Chaires UNESCO sur « Femmes, science et technologie » regroupant des Chaires en Argentine, Pakistan et Soudan ; la Chaire « Femmes, science et développement en Afrique » du Burkina Faso. D'autres sont spécialisées dans l'eau comme la Chaire « Pour une gestion durable de l'eau » au Maroc lancée suite au Forum de Marrakech en 1997. En 2005, un réseau de Chaires est créé sur « Eau, femme et pouvoir de décision », il regroupe des Chaires du Brésil, de Côte d'Ivoire et du Maroc. La Chaire du Maroc travaille en partenariat avec l'ONEP sur la thématique de la femme et la petite fille en milieu rural. A la suite de ces créations de Chaires, nous avons crée le réseau de Chaires UNESCO sur « Femmes, eau, science et technologie ».

Quels étaient les objectifs de la réunion des chaires de juin 2005 ?
Les débats ont donné lieu à la création d'un réseau de chaires UNESCO « Femmes, Science, Technologie et Développement » qui vise à établir un programme de recherche et de formation en science et technologie, dans l'optique d'une égalité des chances entre les hommes et les femmes. Il vise également à former les femmes et les jeunes filles à une gestion rationnelle et participative des ressources, grâce aux sciences et à la technologie.
La création de ce réseau contribue à la mise en œuvre des priorités de l'UNESCO en ce qu'elle étaiera la mission de l'Organisation en matière d'égalité entre les hommes et les femmes.

En quoi le rôle de la femme est important dans le secteur de l'eau ?
Je ne suis pas une spécialiste mais il est évident. Les femmes sont les premières concernées par la gestion de l'eau pour le foyer. Ce sont elles qui sont actives au sein de la communauté je dirai en particulier dans les pays africains. S'adresser aux femmes est essentiel pour la problématique de la gestion de l'eau. On voit souvent les femmes dans la vie domestique. C'est un lieu de décision dans les communautés, l'eau y est un moyen de participer aux décisions.

5. DENIS DESILLE, Chargé du Programme Genre et Eau, PSEAU

Entretien Décembre 2007.

Comment définissez-vous le genre ?
Plusieurs niveaux. Aujourd'hui, le genre est plus comme un outil qui permet d'obtenir des informations sur les groupes dits vulnérables et de cibler tous les segments de la communauté.
Le genre est également un plaidoyer, un genre politique qui a un potentiel conflictuel. La différence entre homme / femme est donc restrictive sur le genre, néanmoins, il pose une question très concrète : comment fait-on ? Le genre pose la question de la mise en œuvre sur le terrain.
Le genre est né dans les années 60/70. Il s'est imposé comme un moyen de photographier la diversité des usagers dans une communauté donnée et dans les problématiques d'accès à l'eau. Il dépasse la valeur politique mais permet d'avoir une compréhension du fonctionnement de la communauté.
Le genre est un outil de mesure qui doit en aucun cas être un outil qui stigmatise la différence entre hommes et femmes. Il doit mesurer la diversité et ne pas stigmatiser où la démarche serait un échec.

Quels ont les apports du Programme Eau ?
Travail avec la Coopération Française où il n'y a pas d'intégration optimale du genre dans les projets. L'idéal d'un fonctionnement avec approche genre : 1. Référence, obtenir l'information sur la diversité des usagers. 2. Cibler les usagers vulnérables : femmes, vieux, handicapés… Permet une compréhension sociale de la société pour mieux dessiner l'apport de l'eau. 3. Dialoguer pour obtenir les demandes hommes/ femmes. Moment de l'accompagnement qui normalement, permet l'empowerment des femmes.
Objectif : intégrer les femmes dans l'arène décisionnelle. Cela dépend de la façon de travailler sur le terrain : se référer aux personnes ressources, aux groupes stratégiques (les chefs religieux, les enseignants) qui vont permettre la diffusion de l'information et le changement au sein de la communauté en évitant le conflit.
Aujourd'hui, l'approche est davantage technique que sociale. L'objectif est alors de déterminer des critères et des méthodes pour permettre l'intégration de ces éléments dans la limite des projets techniques. C'est l'objectif du livre publié par l'AFD et le PSEAU : donner des orientations très concrètes aux ingénieurs pour intégrer la dimension genre dans leur méthodologie.
La préoccupation sociale est vraiment très importante à prendre en compte notamment dans les pays du Sud où le poids de la tradition, le poids de la survie, le poids du fonctionnement de la société est très fort. Le genre est alors un outil d'émancipation.

Réponse au tableau
1= 5
2 = nc
3= 5
4 = 4
5=5
6= 5

Quels sont vos liens avec les entreprises privées ?
L'objectif est de s'imposer dans ce qu'elles font par rapport à ce qu'elles devraient faire. Il faut alors faire comprendre les objectifs du genre, donner des objectifs et à travers ce plaidoyer, montrer les avantages de l'approche genre.

Quelles sont les relations entre le genre et le Développement Durable ?
La femme a une vision particulière du développement en général, elle a un potentiel de destruction plus faible, elles gèrent mieux, elles ont davantage conscience de ce qu'elles pourraient perdre.

6. Houria TAZI-SADEQ, Directrice ALMAE et Chaire UNESCO « Gestion interdisciplinaire pour une gestion durable pour l'eau »

Cette personne n'a pas répondu au questionnaire et n'a pas répondu à la demande d'entretien.
Nous avons néanmoins directement travaillé avec elle sur le sujet de thèse.

Cf. 10. d. Observation participante et collaboration avec ALMAE

7. Delphine BOULOGNE, Assistante sociale en charge du dossier Facture Eau et Electricité, CCAS de Saint-Pol-sur-Mer

Entretien 01/04/2008

Pouvez-vous me présenter le dispositif « eau pour tous » ?
Pour le programme « eau », nous travaillons en partenariat avec Lyonnaise des Eaux. Lyonnaise des Eaux envoie une liste des personnes ayant deux mois d'impayés au moment du règlement de la facture qui est bi-annuelle. Nous avons une procédure qui consiste à envoyer une lettre. Cette fois-ci, nous avons instauré un délai court de 10 jours, on s'est aperçu que les personnes s'étaient mobilisées pour venir car la rapidité du délai a donné un caractère d'urgence à la procédure. Nous avons envoyé environ 350 courriers. Sur ces 350 courriers, beaucoup ont payé ou soit, les personnes sont venues ici. Quand ils viennent ici, c'est pour faire appel à des aides que nous pouvons proposer comme le FSL « eau », les aides municipales. Surtout, ce dispositif nous a permis de créer des échéanciers. Lyonnaise des Eaux accepte d'échelonner les paiements si la personne accepte un suivi social avec nous. C'est pour ça que c'est important pour nous d'être partenaires, nous avons instauré une relation de confiance avec Lyonnaise et nous pouvons discuter pour trouver des solutions.
Sur les 350 courriers, nous avons dû seulement faire face à 22 cas où la coupure d'eau était nécessaire. Pourquoi ?
Quand les personnes ne se présentent pas d'elles-mêmes à nos services, nous enquêtons sur le foyer. Nous avons plusieurs moyens. Tout d'abord, Lyonnaise des Eaux et le CCAS échangent les informations disponibles sur le foyer s'ils en ont. Quand on en n'a pas, on contacte les associations. Nous travaillons également avec les AILE, Agent d'Insertion de Lutte contre les Exclusions, qui connaissent bien le terrain. Ils peuvent également travaillé avec des associations comme ici, l'AILE dépend d'une association budgétée par la ville « Ville en vie ». On va aussi sur place pour essayer de rencontrer les familles. En général, en mutualisant nos efforts et l'information, nous arrivons à obtenir de l'information, à reprendre contact avec le foyer et la famille. Cependant, il arrive qu'on n'ait aucune information sur des familles. Cette fois-ci, ça était le cas pour 2 à 3 foyers. On n'a aucune information sur eux, ils sont hors du système et c'est très dur d'avoir l'information. On se déplace sur place pour faire des enquêtes de voisinage etc. Mais si on arrive pas à avoir accès à ces foyers, on est limité dans notre action. Avant de couper, on essaie au moins de s'assurer qu'il ne s'agit pas d'une famille avec des enfants.
C'est important de savoir qu'il nous arrive de demander à Lyonnaise des Eaux de couper l'eau car ça nous permet de voir les familles arriver. Ce dispositif, selon moi, il ne se trouve pas ailleurs. Il permet de trouver des solutions rapides, d'instaurer le dialogue et du lien social.

Quel lien voyez-vous avec les femmes ?
Ce sont elles qui viennent nous voir. C'est vrai que si on ne le dit pas, on ne va pas y penser… Mais une fois qu'on le pointe, ça nous paraît naturel pour nous. Ce sont les femmes qui viennent, ce sont les femmes qui font les démarches, c'est elles qui ouvrent le dialogue.
Maintenant, sur le profil des personnes qui sont coupées, les profils sont vraiment variés et aléatoires. Il y a beaucoup de cas de famille monoparentale mais aussi des causes accidentelles qui font basculer comme une maladie. La perte d'emploi est également une cause.
C'est souvent un ensemble de facteurs qui se sont accumulés qui font que la famille se trouve sans ressources.

Sur quoi sensibilisez-vous les personnes contre les idées préconçues ?
Pour moi, c'est vraiment important de sensibiliser les gens sur leur consommation d'eau pour qu'ils maîtrisent leur budget et puissent s'en sortir car ces factures peuvent vraiment être maîtrisées. Je trouve qu'il y a beaucoup d'idées préconçues sur l'eau comme devoir prendre un bain une fois par jour voir un bain et une douche pour assurer la propreté de son enfant. J'ai une mère qui est venue suite à la coupure d'eau. En fait, elle avait arrêté de consommer de l'eau suite aux pénalités de retard et comme elle n'arrivait pas à payer la facture et les pénalités, elle a arrêté de prendre de l'eau du robinet… Mais qu'est-ce qu'elle a fait ? Elle a acheté des bouteilles d'eau minérale pour se laver ainsi que son enfant… Quand je lui ai expliqué que ce qu'elle avait acheté en bouteilles valait le montant de sa facture, elle a dû mal à me croire.

C’est pour ça que c’est important de sensibiliser les gens sur l’eau, les usages et même le cycle, pour les rassurer sur la qualité de l’eau. Quant à la boire, j’avoue que j’ai du mal à la boire, pour moi, elle a mauvais goût, je ne m’y fais pas… Et c’est vrai que du coup, je déplore franchement de devoir mettre les bouteilles à la poubelle tous les jours mais j’ai vraiment un problème avec le goût de l’eau du robinet.

8. Thérèse Collier & Jean-Marie Gueret, Carrefour des Solidarités, Dunkerque

Entretien du 01/04/2008

Présentation de Carrefour des Solidarités

Le Carrefour a été crée en 1996 mais il émane d'une dynamique de réseaux qui existait depuis les années 85. Il réunit 25 associations de la Communauté Urbaine de Dunkerque. L'unité du réseau est axé sur la thématique, toutes les associations réunies travaillent sur la thématique de la grande difficulté sociale.
Par rapport au Développement Durable, je dirais que notre objectif est la reconnaissance citoyenne et l'application de la citoyenneté.

Présentation du dispositif et rôle de l'association

Il faudrait d'abord observer une chose qui est importante à dire, c'est qu'il existe deux démarches en parallèle et qu'en fonction de l'interlocuteur, la relation et les résultats ne sont pas les mêmes. EDF et LDE ont le même objectif : diminuer leur nombre d'impayés. EDF applique une démarche strictement clientèle alors que LDE applique une démarche clientèle et d'action collective.
Le collectif « eau » a été ébauché en 2002, il est devenu officiel en 2003. Nous n'effectuons pas un travail semblable avec EDF et cela est en partie lié au système de facturation. EDF a une facturation tout les deux mois alors que Lyonnaise a une facturation tout les six mois ce qui est plus facile à gérer dans les cas d'impayés. L'eau, la facture de l'eau reste gérable, le problème des foyers en difficulté, c'est qu'ils n'ont pas une bonne gestion du budget, une bonne projection dans le temps du fait de l'insuffisance de leurs revenus… Ils ne peuvent pas se projeter dans le temps.
Sur le dispositif de LDE, l'objectif est de diminuer les risques sur les questions d'accès à l'eau. Selon nous, la question de fond n'est pas abordée, c'est-à-dire, la question de la pauvreté qui relève d'un phénomène de société. Néanmoins, il y a une intervention quand un accident arrive, c'est le cas de ce dispositif lié au FSL.
Notre rôle dans ce dispositif, c'est essentiellement de réaliser un maillage du collectif afin de détenir un maillage très fin de la société, ce qui suppose un travail de fonds.
On procède par le repérage individuel ou l'éducation populaire qui nous permet d'échanger. C'est très important pour nous de réaliser cette éducation pour faire comprendre les difficultés nées de la gestion du budget ou même de la ressource. Dans cette démarche, l'action de l'association est basée sur le volontariat. Nous sommes une porte d'entrée pour connaître les familles, la situation sociale et je pense que nous ne sommes pas assez utilisés dans le dispositif. Notre rôle doit se développer pour permettre de renforcer les liens, l'information, l'esprit citoyen et surtout, la responsabilité collective. Nous avons le rôle de fédérer la responsabilité collective. Pour l'eau et le dispositif avec Lyonnaise, nous devons faire connaître les moyens à la disposition du consommateur, les moyens pour réduire sa facture et également de le responsabiliser pour la gestion de son budget. En contre partie, Lyonnaise des Eaux nous assure de ne pas couper l'eau pour des raisons sociales, on lui demande de comprendre les situations que vivent les foyers. Ensemble, à nous trouver des solutions.

Les associations qui sont le plus concernées par ce dispositif

Les associations comme ACL Proxipol, Le Phare, l'AJS, les associations de locataires. Nous avons l'exemple d'une association de locataires qui a fait un gros travail de proximité, cela nous permet d'avoir des relais d'informations.
L'association cherche les contacts, a un rôle d'éducation populaire… A travers des réunions de travail, nous incitons aux bonnes pratiques, à la compréhension, à l'information. C'est tout l'intérêt de la présence associative.

Le lien avec les femmes

Sur ce sujet, nous ne travaillons pas directement avec des associations de femmes, c'est vrai que par rapport à l'eau nous n'avons pas approfondi cette thématique qui semble pourtant naturelle. Ce sont les femmes qui gèrent l'eau à la maison et je pense que nous devrions développer cet aspect là. La question du genre ressort de la réalité, l'eau c'est une affaire de femmes. Le genre est un concept issu de la réalité, il

devient une réalité quand on se confronte à l'environnement, ce qui nous donne un devoir de s'adapter à cette problématique.
Maintenant sur les associations avec lesquelles nous travaillons, elles sont assez mixtes. Là où l'on remarque le plus de femmes, ce sont les associations d'origine musulmane comme IMANI, l'AFSI qui traite de problématique inter culturelle ou l'AJS pour les jeunes.

9. Olivia DABBOUS, AFD France.

Entretien Janvier 2007.

Quelle est votre formation ?
DESS Sociologie et Anthropologie sociale. DESS Pratiques sociales du Développement.

Qu'apporte le Développement Durable à votre organisation ?
Il permet un diagnostic social et environnemental. Il permet en interne de voir comment on pourrait s'améliorer, il y a aussi dans les projets qu'on finance : en quoi peut-on dire que le projet est social, responsable… Peut-on lui donner ce label.
Il y a donc l'interne qui est important : environnement interne, audit environnemental… Puis il faut réfléchir à comment le diffuser dans le Monde puisque l'AFD a des implantations. Le DD comporte aussi une notion de gouvernance liée à la transparence. Pour le moment, on est plutôt dans une optique de dialogue, de diffusion, suppose un changement qui va prendre du temps.

Quels sont les liens de l'AFD avec le genre ?
Pose un problème au niveau du social, de l'humain… On entre dans ces questions dans une logique transversale qui va concerner plusieurs départements… On va alors faire face à différents niveaux d'interprétation. Quand on élabore un projet d'accès à l'eau par exemple, il faut évaluer où sont les risques sociaux liés au projet sur lesquels il faut accorder une attention particulière et dans quelle mesure on peut mettre en avant une logique de genre, ce qui n'est pas acquis. L'exemple concret est le cas du déplacement des populations comme le barrage des Trois Gorges si on essaie d'intervenir dans le processus sur des axes trop culturels on peut se retrouver dans des situations où le projet va nous échapper. Dans ces cas, le but est de faire en sorte que les populations minoritaires comme les femmes ne voit pas leur situation diminuée par le déplacement.
Un autre exemple porte sur les agricultures familiales car on ne sait pas ce qui se passe dans les foyers, quel est le statut de la femme dans la maison… Ce qui nous amène à devoir adopter une approche transversale : accès au mariage, accès aux ressources… Une étude qui peut révéler également beaucoup d'éléments sur la situation des jeunes hommes non mariés qui n'ont pas non plus accès aux ressources car ils n'ont pas réalisé leur devoir.
Le genre a également un impact en interne. A l'AFD, cela s'est traduit par la question des effectifs conduisant à sa féminisation, d'analyser le plafond de verre et la signature d'une charte d'égalité. Il est difficile d'évoluer en tant que femme car les mentalités évoluent peu et il faut attendre le renouvellement des effectifs pour que la femme trouve une place.

Quelle a été l'évolution du genre ?
La problématique principale du genre est sa réappropriation. Le genre est une vision, des lunettes qui permette d'analyser le social. Dans les années 70-80, il existait des analyses sociologiques pour mettre en œuvre les projets de développement. Il y a eu un retour en arrière centré sur l'économique et le financier en partant du principe que le développement économique allait forcément impliqué un développement social.
Depuis l'arrivée du DD, on voit une reprise du mouvement vers le social, on s'aperçoit qu'il y a des manques, que la composante sociale n'est pas assez développée.
Le milieu du développement est difficile dans la position « sociale » car elle est le fruit de jeux politiques et économique, c'est perçu comme un coût avant d'être perçu comme un dispositif utile qui évite que les projets périclitent notamment à long terme.
Au local, la réappropriation du genre dépend du contexte, la présence de bailleurs de fonds ou d'associations, ou de projets de financement pour le développement aide souvent à sa diffusion.

En quoi peut-on parler d'une problématique « Eau et genre » ?
Problématique a émergé dans les années 90 selon moi. Tout n'est pas tranché car on confond beaucoup Femme et eau, Genre et eau. En quoi le genre est pertinent pour développer l'accès à l'eau ?
Elles sont les usagères, il faut qu'elles soient considérées comme des gestionnaires. Dans le concret, on voit le poids de la culture, le poids de la tradition… Dans n'importe quel projet, cette question des femmes

interrogent le politique, la répartition des pouvoirs… Qui est souvent ramenée à une problématique de gouvernance, dans un objectif d'équité, d'efficacité, de pérennité car c'est elles qui sont les premières utilisatrices et qui sont les premières concernées par les infrastructures.
Les arguments pour le genre dans les programmes d'accès à l'eau sont l'équité, la pérennité et l'efficacité.
Le droit à l'eau est essentiel, il faut donc ouvrir le dialogue pour mieux gérer et garantir l'accès de chacun.
Le plus difficile est de gérer l'après l'implémentation, comment conserver une dynamique après l'installation tant en termes techniques (réparation, prévention de s pannes…) que sur le plan social.

Quelles sont les valeurs portées par les projets de développement ?
Il est difficile d'avoir un discours sur ce sujet car cela relève du psychologique, du social… Ce qu'on peut dire, c'est que du fait de leurs responsabilités d'éducation, il y a forcément un penchant pour lequel je ne fonctionne pas pour moi seule qui va se transformer en un souci du collectif qui peut être plus important chez les femmes que les hommes.
Dans les projets de développement, ça se voit car elles remboursent, elles ont le souci de gérer, de pouvoir exploiter l'infrastructure pour rembourser et avoir un retour sur investissement.
Ce pose également la question de l'éducation : il y a un manque de formation évident, il s'agit de trouver des solutions, les moyens adéquats pour mettre en valeur des savoirs traditionnels, etc,

Comment faire prendre conscience à la femme qu'elle peut parler et intervenir ?
C'est un travail de longue haleine. On commence souvent par des lieux de discussion qui ne sont pas mixtes. Il y a une méfiance chez la femme qui beaucoup plus élevée. Ce sont les focus groupes qui vont permettre la parole, l'échange… Evidemment, cela va dépendre des cultures.
Le genre permet d'affiner les différences également et c'est l'intérêt de cette lecture qui va nous permettre de mieux établir les différences dans les groupes entre les femmes.

Quel est le dispositif développé par l'AFD ?
L'entreprise : doit s'engager dans le temps, obligation de mise en service. Dans le cadre de l'accès à l'eau, trouver des solutions pour promouvoir l'action ne suppose pas seulement l'accès mais quel est le suivi qui accompagne le projet eau.
On manque d'indicateurs. En matière de gestion de l'eau, quelle femme occupe un poste de gestion, quelle formation, temps de transport, indicateurs hygiène et santé, éducation…
On mesure surtout la prise en compte du genre dans le projet d'accès à l'eau pour tous :
Public : Accès des lieux publics, centres de santé, mairie…
Eau : Réduction de la corvée : pénibilité, temps, activités génératrices de revenus. Paiement de l'eau, du budget, déplacement du budget, du mode des dépenses, enquête de volonté de payer, tarification sociale…
Communauté : représentativité dans les associations notamment d'usagers, degré de participation des femmes, leur rôle, enquête sur leur volonté, risques de participation
Emploi, scolarisation…
Le projet doit être une opportunité et non pas une obligation. Aussi avant de se lance, il est important de cerner la demande, quels sont les moyens, les données..
On parle beaucoup de genre et eau dans l'accès à l'eau potable, ce qui limite d'une certaine façon le genre car le genre au sens large, cela veut dire toucher l'ensemble des acteurs, former les bailleurs, le gouvernement, les spécialistes, les filières de formation… La réappropriation du terme suppose une adaptation du langage que le bailleur se doit d'adapter, ce qui est important, c'est d'apporter une dynamique de changement tout en étant à l'écoute.
Aujourd'hui, on est dans une phase d'éveiller l'intérêt sur l'équilibre homme / femme et son intérêt.
Exemple du guide : on a été dans le concret dans les termes de référence pour donner des éléments de réponse pour intégrer le genre dans les projets de développement.

Tableau

1 : 5
Question de la gestion (usages, technique, financier).

2 : 4
Impacts du DD fait qu’elles sont directement concernées ce qui ne veut pas nécessairement dire qu’elles sont plus pragmatiques. Elles pallient à de nombreux manques de par leur énergie, leur implication.

3 : 1
4 : 4
5 : 0
6 : 5

10. Dominique BOMSTEIN, Rédactrice en Chef, Environnement Magazine

Entretien Janvier 2007.

Quels sont les liens entre la conception du Développement Durable et les femmes selon vous ?
J'ai pu observé qu'il y avait plus de femmes notamment au niveau des Responsable Environnement ou de DD. C'est à travers une conférence liée à ce sujet que je me suis aperçue que les femmes semblaient plus actives. J'ai notamment rencontré A. De Bauer qui travaille pour Renault et qui est très active, elle a constitué un réseau transversal sur ce sujet. Ce qui était intéressant, c'était de voir qu'il y a des femmes ingénieurs, des femmes cadres, des femmes employées, que la hiérarchie s'efface et que ce qui compte, c'est la conviction.

Quelles sont les valeurs et les compétences particulières des femmes ?
Selon moi, il me semble que les femmes ont plus de capacités à travailler en transversal, qu'elles ont plus de volonté et de capacité à mettre en pratique ces questions qui supposent un décloisonnement assez total. C'est vrai qu'il y a des clichés qui vont naître de ces images, les hommes vont voir dans l'environnement, un moyen d'évoluer dans leur carrière alors que les femmes s'engagent par conviction.

Et sur le Développement Durable ?
Le problème du Développement Durable est conceptuel. C'est un discours, une image qui avait peu de stratégie au début. C'était un objectif qui peu à peu, s'est concrétisé et qui a pris du contenu. C'est une évolution récente qui est liée à l'image de l'environnement un peu écolo. Avec la réglementation, les entreprises ont dû s'adapter. Aujourd'hui, cela touche à tout comme la sous traitance, le social, la formation…

Quels sont vos impressions sur les privés comme SUEZ et Véolia à ce sujet ?
Sur l'emploi des femmes, il a été très difficile d'obtenir des informations. Selon moi, ils doivent mener des formations en interne. A Véolia, je me souviens que cela figurait dans les indicateurs de Développement Durable, ce qui montre une capacité et une volonté à être transparent. C'est un des rôles de ces entreprises, c'est de surveiller leur communication. A SUEZ, il existe une Charte de Déontologie qui est bien mais au niveau de Développement Durable, j'ai l'impression qu'il manque d'information à ce sujet.

Auriez-vous des conseils à ce sujet ?
Il faut voir le MEDD notamment le forum des entreprises et Développement Durable, les Assises du Développement Durable et l'ensemble des actions régionales en faveur du Développement Durable (Rubans du Développement Durable), voir la SD21000, la norme sur le Développement Durable pour les entreprises. Il existe un réseau sur femme et Développement Durable, il faut voir Carine Genser.

11. **Pascale Geigner, Hydroplus, Responsable de l'édition sur le Maghreb-Machrek**

Entretien téléphonique Décembre 2006

Quelle a été votre perception de la problématique de l'accès à l'eau dans cette région ?
Il y a une multitude d'acteurs sur la thématique de l'accès à l'eau dans le Maghreb-Machrek.
Dans le cadre de ce numéro, nous avons interviewé des personnes du SIAAP qui font de la coopération décentralisée avec l'ONEP, des personnalités du secteur privé comme de LYDEC, Tahar Agal, Claude Giamatti qui était consultant pour la Banque Mondiale. Véolia a reçu un prix à travers sa Fondation, un sujet qui tient à cœur à Henri Proglio, sur le financement de la scolarité des filles.

Quel est le rôle des privés dans cette perspective ?
Ils sont conscients des problèmes. Comme ils sont gros, ils peuvent faire des choses. Par exemple, Veolia a créé un Centre de formation au Maroc. Dans le cas de la délégation, cela fait partie de leurs contrats. Ils font des choses qui sont réelles, concrètes.

Quelle est la place des femmes dans ce processus ?
La place des femmes n'est pas forcément mis en avant… En fait, la place des femmes est surtout visible quand on parle d'éducation, de scolarité et de santé. On sait qu'en Afrique francophone, ce sont les femmes qui tiennent le système. Ces entreprises privées en général, adhèrent aux MDG donc d'une certaine façon, elles doivent s'engager sur des thématiques qui sont liés. A mon sens, la coopération décentralisée est le système où les choses se font et sont concrètes.

12. Najat Zirari, Coordinatrice nationale du Projet Genre pour la GTZ

Entretien Avril 2008

Pouvez-vous me présenter le projet pour lequel vous travaillez ?

Ce projet est un projet difficile à mener car il faut définir le rôle de chacun. La Gtz a pour rôle de piloter l'exécution. Ce projet est né d'une coopération bilatérale entre l'Allemagne et le Maroc. Il est limité dans le temps et se décline en deux phases avec des indicateurs de suivi pour permettre de suivre l'avancement du projet. Il s'adresse à trois types d'acteurs : l'entreprise, l'association et l'Etat. Pour chaque acteur, on a désigné un porteur de projets qui doit suivre les indicateurs établis. Au niveau des entreprises, on a choisi 3 PME pour lancer le projet sous la coordination de la CGEM. Dans ce domaine, on a pour objectifs de définir un guide pour répondre à la transversalité de cette question du genre. Enfin, ce projet au niveau du Maroc, dépend du Ministère du Développement Social.

Existe-t-il des réseaux sur lesquels vous vous appuyez pour diffuser vos messages ?

Il n'existe pas de réseau directement lié au Maroc si ce n'est des réseaux tournés vers le Droit qui ont une durée limitée et qui existe pour répondre à l'agenda politique et électoral. L'enjeu principal de ces réseaux est de porter la cause de la représentation féminine en politique, de faire évoluer la question de la femme ou les droits de la femme.

Par exemple, le premier réseau qui a été crée était un réseau d'appui pour l'intégration de la femme au développement en vue de la Marche de Rabat et à Casa. Les noyaux durs de ces réseaux sont les associations féminines marocaines ainsi que différents acteurs progressistes.

Le deuxième a été créer pour le Printemps de la Modernité et le changement de la Moudawana. Le 3ème réseau a été créé pour les élections municipales. La création de ces réseaux successifs évitent l'essoufflement. Sinon, l'équivalent ou la forme de réseaux féminins existants et permanents est Al Anaruz, le regroupement des centres d'écoute pour lutter contre les violences conjugales. Son succès a montré combien les formes de solidarité féminine sont essentielles au Maroc.

Depuis quand le genre est-il présent au Maroc ?

L'intégration du genre a été véritable à partir de 1995. Le féminisme était déjà très présent, c'est un processus de changement qui peut amener à l'égalité entre hommes et femmes. Le genre, c'est un processus qui change les rapports entre femmes et hommes et qui vise l'égalité hommes et femmes. L'approche genre, ce qu'elle apporte de nouveau également, c'est sa transversalité. Elle intègre le droit, un fort lieu d'actions au Maroc, mais également l'environnement, etc. L'enjeu du genre aujourd'hui, c'est de faire comprendre ce que c'est, ce qu'il revêt, d'en comprendre le sens et la philosophie… On n'y voit que des indicateurs et pas ce qu'il propose fondamentalement.

Le projet GTZ quant à lui n'existe que depuis 2003, c'est un programme récent. Il y avait des acteurs précurseurs sur le genre au Maroc comme l'UNIFEM. LACDI, l'appui à la Coopération Internationale a initié des actions mais sur l'intégration de l'égalité. Ce n'est pas tant le terme, c'est cette approche intégrée de l'égalité qui compte.

Pensez-vous que les femmes soient porteuses valeurs particulières du développement ?

Oui. La femme, traditionnellement est au domicile et chargée de l'éducation des enfants. Elle est l'infirmière, le médecin de toute la famille… Elle en est le pilier, c'est elle qui est la base du foyer. Si les femmes font grèves, c'est la fin d'une société stable et équilibrée. Son travail domestique est à la base du bien-être de la société. Aujourd'hui, ce dernier n'a aucune traduction économique et les personnes les plus touchées par ce décalage, sont les femmes

issues des milieux pauvres. Les femmes riches, elles ont de quoi subvenir à leurs besoins… La femme pauvre doit chercher l'argent, économiser, prendre soin de son enfant… Elle supporte un nombre de souffrances qui est impensable et inimaginable. Très sincèrement, la pauvreté, je ne sais pas ce que c'est et ce sont ces femmes qui doivent vivre et se débrouiller. Elles développent des savoir-faire dont on commence à percevoir la valeur à travers le micro-crédit, le développement de livres de cuisine, de savoirs domestiques qui n'étaient pas visibles jusqu'à présent. C'est elle qui va faire avancer les choses.

Quels sont les obstacles à la diffusion du genre ?

Il y a plusieurs obstacles.

1. Culturel et comportemental qui sont liés à l'Histoire de l'humanité. Il faut trouver dans les sociétés les origines de la répartition des sphères de pouvoir. Tout changement de comportements appelle à un changement de représentations des paradigmes très profonds. C'est un obstacle majeur.
2. La représentation traditionnelle qui est liée au précédent. Souvent, cela s'alimente de manière continue par les discours officiels, les médias, les livres scolaires, l'ensemble des processus de socialisation. Des nouveaux discours peuvent émerger, mais cela prend du temps.
3. Le niveau étatique. Si l'on veut diminuer les inégalités entre les hommes et les femmes, cela passe par les personnes qui sont chargées de mettre en place cette politique et cela pose une question de gouvernance. Il faut promouvoir la transparence et éliminer la corruption.

La volonté existe au Maroc, mais la tradition des pratiques liés à des fondements structurels, des organisations…

Quel lien établissez-vous avec le Développement Durable ?
Il est face à la même problématique de temps. On peut changer notre modèle de développement. Cela peut prendre 5 à 10 ans… Pour une personne, c'est beaucoup, pour un pays, c'est rien du tout. Il faut accepter que ces idées prennent du temps, qu'il faut planter des graines, les arroser et attendre pour avoir un arbre qui pousse d'autant que l'évolution n'est pas linéaire.

Comment s'adresser aux femmes sur cette thématique ?
J'ai suivi ma première formation en 1995 à l'ADFM. 1995, c'était une autre époque, on ne peut pas dire que le genre était important en tant que terme, ce qui comptait, c'était la philosophie. C'est le changement de la Moudawana surtout qui a permis de mettre en œuvre le genre au sens strict. Il existe de nombreuses difficultés mais c'est normal, les personnes qui sont censées mettre en place ces nouvelles politiques ont éducation vieille de 30 ans qui n'a rien à voir avec la Moudawana ou le genre. Cela suppose un changement des perception de l'individu et cela doit se faire à différents niveaux.

Quelle est la place des entreprises privées dans ce processus ?
Les entreprises sont un acteur économique important, c'est le deuxième employeur après l'Etat, elles doivent s'aligner sur le discours du gouvernement pour faire en sorte que les disparités entre hommes et femmes disparaissent, c'est également ce que suppose la démocratie.
Le secteur économique doit néanmoins faire face aux contraintes du marché, l'enjeu est donc de prouver que l'égalité hommes / femmes puisse rapporter de l'argent. Il n'y a pas encore beaucoup d'études qui le prouvent. Au Maroc, la CGEM et l'AFEM commencent à s'emparer de la problématique et cela peut porter des fruits à terme. Il y a une question de l'image qui est porteuse pour l'entreprises, le genre se place au cœur des valeurs qu'une entreprise peut être favorable à porter aux yeux du public.
Le but est alors d'implanter le discours, à partir du discours, des actions peuvent être menées.

Est-ce que la conférence de 1995 a eu beaucoup d'impacts sur la mise en place du genre ?
En 1993, le Maroc a ratifié la CEDAW. Depuis il existe des rapports pour établir le suivi des problématiques liées au CEDAW. En 2008 est publié le 4ème rapport avec un rapport officiel et un rapport établi par les ONG locale. C'est important car c'est un moyen de montrer que des engagements internationaux sont respectés, c'est une phase normative et juridique fondamentale. Elle permet d'interpeller, de donner des arguments, de construire des plaidoyers…

Que pensez-vous d'un rapport « eau et femmes » ?
Je ne connais pas le domaine. Je fais un constat néanmoins, 50% de la population est rurale, 25 % sont des femmes qui doivent supporter la corvée d'eau. Les femmes et les petites filles doivent faire des kilomètres pour aller chercher l'eau, elles ne leur accordent pas la même place… A mon sens, on ne peut pas parler d'environnement et de protection des ressources sans parler de l'approche genre, de la place de la femme et de la petite fille dans ce processus. Ill est donc nécessaire d'impliquer les femmes et les filles pour gérer cette ressource. Evidemment, il peut exister des biais mais l'eau est liée à l'hygiène et ce sont les filles et les femmes qui savent comment la gérer, la protéger, la préserver et l'utiliser.

13. Najat M'JID, Pédiatre, membre de la Fondation SUEZ, Consultante UNICEF, Fondatrice de la Ferme Bayti

Entretien Février 2007

Quel est votre parcours professionnel ?
Chef de clinique à Bordeaux. Directrice de la section « Mère/Enfant » à la Polyclinique de Casablanca. Consultante internationale pour l'UNICEF, la Banque Mondiale…

Pourquoi une section « mère / enfants » ?
On ne peut pas s'occuper des enfants sans s'occuper de leur famille et au Maroc, c'est souvent avec la mère. L'approche doit être systémique : analyse la situation familiale, sociale et niveau d'éducation pour permettre l'accompagnement. Cet accompagnement est à la fois administratif, psychothérapique et financiers, trois domaines très liés.

Quelles sont vos activités associatives ?
Je travaille dans l'associatif depuis 18 ans notamment pour l'enfance en situation très difficile. Les enfants des rues sont dans des situations extrêmes, exposés à la prostitution, au travail clandestin, etc. La Ferme Bayti existe depuis 13 ans, premier programme pour s'occuper des enfants des rues. L'enjeu dans le cas des enfants des rues est de faire changer le regard à la fois des enfants sur eux-mêmes ; des entreprises pour qu'elles acceptent de les employer et les intégrer. Il faut également travailler avec les autorités locales pour qu'elles agissent. Ce qui correspond à un vrai travail de plaidoyer.

Quel est le lien entre Bayti et SUEZ ?
La ferme Bayti a bénéficié du programme de la Fondation SUEZ. Son activité fait partie des actions que souhaite défendre SUEZ. Depuis, je fais partie du Conseil d'Administration de la Fondation. L'objectif est à chaque fois, de pérenniser les projets. Le projet a un accompagnement intégré. Il y a une prise en charge par un accompagnement socio-économique.

En quoi ce projet améliore la santé des femmes ou leur situation ?
Il y a beaucoup de liens entre eau et santé. L'eau, c'est des infections, des maladies de peau, des infrastructures dégradées s'il n'y a pas d'assainissement. L'accès à l'eau en matière de santé pose une vraie question d'infrastructure. Le projet permet d'améliorer la santé par l'accès à l'eau, par l'amélioration de l'environnement, mais il n'y a pas de mesure d'impacts, c'est difficile à mesurer. On sait que ça améliore la situation globale.
Sur le thème de l'eau en fait, on travaille surtout avec les filles de 0 à 18 ans. Leur statut de femme est discriminatoire, il existe des discriminations et en fait, l'enjeu, c'est de faire du lobby pour aider à leur prise de pouvoir.

Quel est le lien entre eau et femme selon vous ?
C'est celui de la corvée d'eau et de l'hygiène. A cause du non-accès à l'eau, il y a un déficit de scolarisation des petites filles. Développer l'accès dans les douars, c'est améliorer la santé, c'est dépasser le stade de la survie, c'est contribuer au développement durable en garantissant un environnement sain. C'est favoriser le développement d'activités par l'agriculture, l'élevage… Des activités féminines la plupart du temps.s

Pensez-vous que les femmes aient une conception particulière du DD ?
Oui. L'eau, ça suppose une gestion locale, une gestion quotidienne. Tout est lié. Les femmes sont plus sensibles à l'économie de l'eau, à l'accès à l'eau, aux impacts sur la santé et l'hygiène. Les femmes ont une gestion plus rationnelle de l'eau.
Je pense qu'elles portent effectivement des valeurs particulières sur le DD. Elles ont une vision plus intégrée, plus holistique. Elles sont le chef de ménage de par leur fonction d'éducation de l'enfant, elles ont plus conscience de l'avenir, de la préservation de l'environnement. C'est pourquoi elles ont besoin de revendiquer leur droit pour avoir accès aux ressources.

La femme envisage la gestion dans le plus long terme, elles sont plus sensibles à la question car il s'agit de leur quotidien, ce n'est pas une différence sexuée mais sociale.

Réponse au tableau
1= 5
2=5
3=3 Cela dépend du contexte
4=5
6=5

En quoi l'accès à l'eau pour tous est un enjeu au Maroc pour vous ?
Il pose la différence entre l'urbain et le rural. Dans les régions rurales, la désertification prend de plus en plus d'importance, elle augment la pauvreté notamment de la femme et de l'enfant. L'accès à l'eau a un impact direct sur la scolarisation des enfants, sur la qualité de vie… Les inégalités sont beaucoup plus visibles sans l'accès à l'eau. Au Maroc, il n'y a pas de réel politique de l'eau, il n'y a pas de durabilité… Ca a des impacts humains évidents.

Quelle serait la meilleure démarche pour impliquer les femmes dans la gestion de l'eau ?
Il faut partir d'un développement local intégré avec un diagnostic au sens participatif en impliquant tout le monde et projeter davantage les perspectives quand on implique les personnes. Trop de projets sont établis sur le court terme. Au Maroc, on manque de réel diagnostic : où en est-on vraiment ? A partir de ce diagnostic, il faut impliquer la population, la consulter, établir un programme par étapes. La sensibilisation est un des éléments à mettre en avant dans le processus. L'accès à l'eau est une responsabilité de tous, il faut sensibiliser aux limites liées à cette ressource. Il existe un capital eau qu'il nous revient de préserver.
Cette démarche suppose aussi de s'intéresser à d'autres facteurs comme la préservation de l'environnement, la gestion des déchets, les actes de chacun. La gestion de l'eau ne se limite pas à promouvoir son accès, il faut une démarche plus globale, plus intégrée ou cela n'aura pas d'impacts. Le problème de fond à poser, c'est également la répartition de la ressource et sa gouvernance qui implique une question de fond sur la répartition du pouvoir et la façon dont il est exercé.

Qu'est-ce que l'approche Genre ?
C'est une approche non-discriminatoire. C'est une reconnaissance l'égalité, avec une approche participative et un accès au droit. Elle permet de redonner un rôle actif et décisionnel de différentes parties de la population, notamment les femmes, dans la gestion politique. Pour moi, l'approche genre est une approche de droit.
Au niveau de la femme, l'approche genre permet de l'inclure, d'évaluer, de rationaliser la gestion de l'eau et de développer une vision intégrée de la gestion de l'eau. Selon moi, elle n'est pas une thématique d'un seul angle. Elle insiste sur la durabilité et implique de considérer des questions de fond.

Quelle est la symbolique liée à l'eau ?
L'eau est liée à la pureté, à l'hygiène. Elle est au centre de la religion et de la civilisation.

Commentaires :
L'implication de LYDEC est importante pour la réflexion, ce n'est pas de l'ingérence mais bien une participation au débat. C'est tout le sens de l'appel de G. Mestrallet, la bataille de l'eau. Cela donne une certaine légitimité à l'entreprise et favorise à la préservation de l'environnement.

14. Elizabeth JASKULKE, directrice adjointe Environnement et Innovation de SUEZ

Entretien Décembre 2006

Pouvez-vous me présenter de votre profil et votre fonction ?
Je suis dans le domaine de l'eau depuis 10 ans et je travaille depuis plus de 20 ans. J'ai une formation d'ingénieur à la base. J'ai fais de l'agro puis après les Eaux et Forêts avec un démarrage de carrière dans l'agro alimentaire puis de la recherche pure et dure en matière d'eau, en particulier, j'ai démarré tous les aspects de pollution diffuse et notamment agricole. Le fait d'avoir travaillé sur les questions de pollution agricole, les questions agricoles et notamment rurales, aménagement de territoire m'a amené à avoir une sensibilité sans jamais me préoccuper de la question. Je travaille depuis deux ans ce département lié au Développement Durable qui est extrêmement vaste en terme d'activités et pas d'effectifs… C'est la première fois depuis le début de ma carrière que je suis dans le DD. Jusqu'à présent on reste très Monsieur Jourdain, on n'arrive pas bien encore à mettre des mots sur des choses surtout le Développement Durable, quand notre métier est d'épurer de l'eau et quand on sait que plus l'eau est pure dans la nature moins ça nous coûte cher, c'est vrai qu'on en a toujours fait, c'est structurel.
Le contexte de ce papier est purement anecdotique et personnel dans le sens où à Saint Dié des Vosges, il y a tous les ans un festival de socio géographie grâce au Maire, la Lyonnaise participait à ce festival et avait le droit à une tribune. On ne savait pas trop quoi dire surtout l'année où le thème était la religion. Le représentant local m'a appelé en me disant je t'envoie un défi, on a le droit à une tribune avec des interventions à condition de parler de la religion et donc entre religion et eau. J'étais entre deux jobs entre CIRSEE et un poste opérationnel, j'ai passé le mois d'août à travailler sur ce sujet. On a fait une recherche bibliographique assez conséquente. Celui qui m'a le plus apporté est Bachelard, j'ai travaillé avec Thierry Chambol qui avait fait un que sais-je sur ces thèmes, le CIEAU avait fait un thème sur eau et symbolisme…Oui, j'avais trouvé également Patricia… Celle là est intéressante sur eau et islamisme et surtout que c'est des trois religions du livre que l'on connaît le moins. J'avais également trouvé deux thèses, une espagnole et une portugaise… J'avais beaucoup aimé ce sujet car il était totalement vierge. Je n'avais pas la prétention d'écrire quoi que ce soit, ma présentation avait vraiment plu et du coup, j'ai passé un mois à rédiger l'article en essayant d'être rigoureuse sur mes sources, de voir le tronc commun entre relations sociales de l'eau et religion. J'ai regardé d'autres religions mais je crois que je les ai vraiment effleuré dans l'article… Il y avait effectivement un certain nombre de points communs originaux chez les animistes d'Amérique Latine qui avait ce rapport entre eau masculine et eau féminine, une idée que j'avais vraiment trouvé fabuleuse… Les Brésiliens en particuliers ont des saints, des personnages qui sortent à chaque carnaval. Il y a l'eau féminine et l'eau masculine. L'eau masculine, c'est l'eau violente, la tempête, la mer ou encore l'eau salée donc c'est la force et l'eau féminine, c'est le gynécée, la douceur, l'eau qu'on boit, l'eau douce. Je crois que dans le Brésilien on a deux mots, eau douce et eau salée. C'était le lien le plus visible parce que dans les trois religions finalement, l'eau était reliée à un besoin social car ce sont des religions de désert essentiellement, que le fait de la porter est liée à la femme et la purification, elle est souvent masculine. Ce n'est pas un rite féminin car la femme est impure quelques jours par mois et elle ne peut pas toucher l'eau, elle doit alors se purifier. La religion juive qui est la plus ancienne et dont les autres religions s'inspire, j'avais beaucoup travaillé sur les bains rituels où il y a des bains pour hommes et pour femmes. Les bains pour hommes sont sacrés et ceux de la femme, ne sont pas sacrés.

En général, les personnes ne me parlent pas beaucoup conception et représentation, peu me parle de l'eau féminine et masculine.
Je trouve cette notion intéressante car elle la conceptualise ce que l'on a dans la tête et qu'on ne réalise pas toujours cette notion de force et eau masculine et eau féminine qui renvoie à une notion d'élément, de support pour en vivre. Il y a cette dualité constante. Et pour en revenir à nos métiers, il y a une dualité complète entre assainissement et eau potable. Si vous voyez à LDE, il y a deux métiers qui ne se parlent pas toujours. Il y a d'un côté, ceux qui traitent l'eau sale et d'un côté, ceux qui prennent l'eau de la nature et la rendent potable pour que nous la buvions.

Peu de personnes restituent ce lien symbolique dans le corps de métier. A LDE, on parle à la maman, à la gestionnaire du foyer notamment dans l'eau et vous. Peu comprenne pourquoi.

Je me suis souvent posé la question s'il fallait cibler la femme. Pour moi, l'eau aujourd'hui doit être associée à la nature. C'est le fait d'associer l'eau à la nature et c'est grâce à une approche toujours plus respectueuse de l'environnement, nous allons conserver cette ressource pure. Le métier de la Lyonnaise, c'est de conserver cette ressource pure et de la mettre à disposition des gens. Il faut lui donner de la valeur à cette eau. Et la valeur de l'eau, c'est un beau paysage, c'est la valeur d'un oiseau se désaltérer dans une marre, c'est la valeur d'un poisson. C'est la valeur de la nature je crois. Aujourd'hui l'eau du robinet utilitaire est trop industrielle, trop artificielle… Comme le lait en brique. D'ailleurs on regarde aujourd'hui la communication sur le lait, ce n'est plus le lait tetrapack nickel mais c'est la vache. Donc on pourrait faire une communication sur l'eau, selon moi, sur l'arbre et pas la maman qui se lave les mains ou le petit canard.

Cette idée de pureté du paysage, elle est liée à la pureté de l'eau…Le métier de LDE est la pureté de l'eau…
Sur les travaux que j'avais fait, j'en avais déduit que la pureté de l'eau est gardée tant qu'elle ne touche pas l'homme et encore pire, si elle ne touche pas la femme. Dès que la femme touche l'eau est impure. L'eau la plus naturelle possible est celle qui sort de la nature. Idéalement, et là je parle business, pour nous, ce serait mieux de puiser l'eau directement à la nature, ça reviendrait moins cher que l'épurer artificiellement. On avait fait une étude sur les différents procédés d'épuration de l'eau, et quand on pose la question… Qu'est ce que vous préférez entre une eau qui a été épurée par de la chimie ou bien par un filtre physique ou bien qui a été épurée par des procédés biologiques, les gens répondent systématiquement par un filtre physique. Et quand on regarde aujourd'hui, les process qui sont les plus efficaces, ce sont les process physiques. La pureté est liée à une intervention la plus simple possible. Dans la tête des gens, c'est l'intervention qui consiste à mettre un tamis, une membrane qui retient les impuretés.

Cette division femme et homme peut-elle avoir un impact sur les valeurs du DD. Est-ce que les femmes ou les hommes puissent avoir une conception particulière du DD ?
Je me souviens d'une réunion avec une association, les gens m'ont dit, enfin une femme. Je me suis aperçue qu'il y avait que des hommes. Ca m'a interrogé parce que pour moi effectivement, le DD, c'est plutôt féminin, j'avais l'impression qu'on était bien placée. C'est probablement parce qu'on a toujours eu des ministres de l'environnement femme et que dans la tête on associe simplement DD et femme. C'est un peu idiot et comme ça. Sur le terrain, ceux qui font du DD, ce sont les hommes. Les profils classiques sont le barbu écolo… Bon, les femmes ne pouvant pas porter de barbe, il y a peut-être un manque de facilité à le repérer. Mais une femme ne peut pas être écolo alternatif. Les gens de Greenpeace, du WWF… C'était toujours des hommes, des démazouteurs d'oiseaux, tous en polo, cheveux longs avec la barbe… Alors que la femme est souvent habillée de façon neutre, elle n'a pas un déguisement écolo. Alors maintenant, cela se féminise comme tout. On a une représentativité féminine à l'inverse de ce qu'on peut imaginer. Dans une instance qui s'occupe de responsabilité environnementale, dans les groupes de réflexion du MEDEF et autres, on est beaucoup de femmes, avec des formations poussées et avec une profil plutôt un peu bourgeoise et non pas écolo… Souvent antagoniste avec les gens précédents. Ce qui est comme même assez drôle. Quand j'invite les gens de Greenpeace ou ceux d'OREE, ce n'est pas du tout la même image. Ce sont des gens qui sont tout autant passionnés, qui ont vraiment envie de s'engager, qui font des choses… L'origine sociale, le comportement social est très différent.

Quel est le rapport à des valeurs de Développement Durable ?
La valeur famille… La femme vis-à-vis du DD a un rapport plus concret, plus pragmatique, ce qui lui importe, c'est le quotidien. L'homme est plus idéaliste et fera du DD pour ses enfants et petits enfants. Pour les femmes, c'est implicite ; elle se préoccupe plus du quotidien. J'ai vu le film d'Al Gore, globalement les hommes sont dubitatifs et qu'il s'agit de propagande alors que les femmes vont retenir des choses à faire, des bonnes pratiques. Les fiches de bonne pratique viennent en général des femmes et les plans sur 5 ans, viennent des hommes. Les femmes donnent des conseils sur le quotidien. C'est vrai que c'est plus pragmatique. Les grandes études montrent que c'est génétique, que c'est lié au fait que la femme a toujours été porteuse d'eau, que le rapport à l'eau vient du quotidien et un rapport de valeurs, je dirai immédiat.

Par rapport à l'entreprise SUEZ, on voit des actions sur les femmes notamment à travers ce numéro de Terre Bleue.
Je ne l'ai pas lu. Je ne l'ai pas lu parce que pour moi, il n'y en a pas. C'est ce qu'on appelle de la publicité où on met le focus sur quelque chose. En général, quand on met le point sur quelque chose comme ça, c'est que ça fait mal. Le prochain, ça sera sur les handicapés. Voilà, il y a 15% de femmes et 6% chez les cadres. Il y a un plafond de verre qui est extrêmement fort chez nous. Et plus on va dans les métiers de l'eau, plus il est fort. Chez Sita, je dirai que la présence féminine est plus forte.

La tradition ingénieurs influence cet état…
Alors à la LDE, le problème de la femme est très simple, on exige une mobilité totale. Ce qui est très difficile à gérer. Il y a une exigence de mobilité géographique qui est difficile. Je connais beaucoup de cadres dirigeants dont la femme ne travaille pas. Elle ne peut pas travailler parce qu'ils sont toujours en train de changer. Sauf dans les fonctions de consolidation et siège, où là on n'a pas à bouger comme la communication et la RH. Le top management n'est pas féministe sauf Mestrallet. Il l'a compris car il voit qu'à Sita, ça marche très bien et de même à Electrabel. Il y a des façons de composer qui peuvent permettre à arriver…

[Commentaires sur Terre Bleue]
Il y aura toujours des exemples qu'on pourra trouver.

C'est donc dynamique plus affichée que réelle. Pensez-vous que les femmes puissent souffrir d'un manque de reconnaissance.
Oui bien sûr. Pour moi, la question est évidente.

Elle ne l'est pas pour tout le monde…
Il ne faut pas en faire une minorité remarquable. Il ne faut pas que le fait d'avoir une minorité soit visible. Il ne faut pas mettre en avant. Mon mari travaille chez Total, le fait d'être une femme est un moyen d'avoir une promotion et du coup, cela dévalorise les femmes car le fait d'être promue n'est pas du tout la marque d'une compétence. Disons qu'il ne faut pas tomber dans ce travers, il faut un juste milieu entre les deux. Il faut trouver le juste équilibre en nommant des gens compétents sans privilégier le fait que l'on soit homme ou femme. Je trouve que l'on a des aprioris, surtout à la Lyonnaise, qui mériterait justement un peu de recul. On a toujours estimé qu'il y avait des métiers hommes et femmes, par principe, une femme n'est pas faite pour encadrer. C'est un apriori invraisemblable. Il y a à Lyonnaise une femme DCR, Isabelle Deroche… C'est une fille qui a un côté cheftaine de scouts. Ils ont privilégié ce côté pour encore caricaturer car on peut encadrer sans être cheftaine de scouts… On peut le faire d'une autre façon. Le fait que ce soit elle qui était choisie montre qu'ils ne sont pas très à l'aise sur ce domaine. La compétence est encore très masculine, ce qui est incroyable.

Pourquoi est-ce ancré de cette façon ?
C'est une question de génération. Je vois les gens de 40 ans qui ont une façon plus ouverte de voir les choses. Le problème, c'est qu'il y a certains centres, on cultive cette tradition et on la transfert aux jeunes. Ce n'est pas très grave mais bon…

La problématique de l'accès à l'eau. En quoi l'association naturelle est faite entre femme et porteuse de l'eau ?
L'imaginaire débarque souvent. Souvent la référence est religieuse, le puits de Marthes. C'est ancré en termes d'imaginaire et sociologique que la femme porte l'eau. C'est comme Perrette et le pot au lait, la femme elle porte, elle imagine et poum, ça ne marche pas. Cela revient à ce que l'on disait tout à l'heure. La femme avec son approche plus pragmatique va avoir besoin de doser, de répartir, elle sait doser, répartir… Les femmes sont rarement des êtres injustes. La notion de justice est très importante parce que quand on a 5 enfants, il faut donner aux 5 enfants… Cette notion se retrouve particulièrement dans le partage de l'eau, et autour du puits, dans la question de l'accès à l'eau. Ca fait partie des grands thèmes, il y a beaucoup de références sur ce thème quand j'avais écrit l'article. Je me souviens de la question de l'hygiène. La femme se doit d'avoir une hygiène irréprochable et si on apprend l'hygiène aux femmes, on

apprendra l'hygiène partout. Cela se voyait dans les grands projets de développement et d'aide humanitaire étaient souvent basés sur l'introduction des notions d'hygiène auprès des femmes. C'est aux femmes qu'on apprend à faire bouillir l'eau, à se laver… Mais c'est également à elles qu'on apprend à labourer, il n'y a pas que l'eau.

Selon vous quelle est la place de la femme dans ce genre de programme ?
Selon moi, la place de la femme doit se situer au niveau de la formation et de l'éducation. On partage pas mal de grandes idées avec des gens médiatisés. La question de l'eau et du DD ne se résoudra que par l'éducation et la femme, c'est l'éducation. Et éduquer, ce n'est pas qu'éduquer à la maternelle et en France, c'est dans tous les pays… Il faut éduquer pas seulement sur l'eau mais aussi sur les déchets car ce sont les déchets qui polluent les nappes. Cette éducation n'existe plus aujourd'hui.

Elle n'existe plus, c'est-à-dire chez nous ou dans les PED ?
Elle n'existe plus dans les PED… Chez nous, la sensibilité qui n'existe pas encore, c'est le côté citoyen de compréhension. Les gens ne comprennent pas. En Afrique, il s'agit de faire connaître les gestes, chez nous, les gens les connaissent mais ne savent pas pourquoi ils les font. C'est l'exemple des sapins. On n'apprend pas. Les gens savent qu'il faut les mettre quelque part, ils ne savent pas où mais ils savent qu'ils doivent les mettre quelque part.

Tableau
1 – 5
2 – 5
3 – 3
4 – 4
Je n'aime pas cette question. La gouvernance de l'eau ne veut pas dire grand-chose. Le succès de la mise en place d'une gestion participative passe par les femmes.
5 – 4

Est-ce que vous connaissez l'approche genre, Gender studies ?
Oui. Je ne savais pas sur la traduction du mot par genre.

Il y a eu beaucoup de débats sur la traduction.
Je préfère gender.

Cette approche, que peut-elle apporter à nos métiers ?
Cette approche devrait être beaucoup plus diffusée, sur lequel on devrait une attention particulière. Ca pourrait faire sauter le plafond de verre, qu'il y a des différences, que dans la vie d'une femme il n'y a pas les mêmes attentes que dans la vie d'un homme et réciproquement. Je pense qu'il faut la diffuser. Cela peut apporter la prise de conscience globale sur cette thématique. Il faut arrêter de penser que les femmes vont réussir de la même façon que les hommes. Ce n'est pas simple. Il faut trouver le juste milieu et ce n'est pas simple.

Commentaires
Ca me plait vachement.
Avez-vous vu Valérie Bernis ? Elizabeth Faucheur ? Essayez déjà Elizabeth Faucheur. Ce qui serait bien, c'est de continuer à travailler sur cette thématique car le groupe de réflexion a été créé pour publier ce numéro alors que je pense qu'elles voudraient continuer. Il faudrait essayer de comprendre pourquoi il y a moins de femmes à la Lyonnaise qu'ailleurs. Essayer de rencontrer des Belges car sociologiquement, on est très différent. Il y a des femmes qui ont plus de postes de responsabilités et il faudrait savoir pourquoi. Il faudrait appeler les personnes d'Electrabel, Tractebel pour leur poser ces questions.
Ce sont des réflexions que je me fais et par rapport à Total, il faudrait trouver un juste milieu. Je me souviens la première conférence des cadres, il avait invité un journaliste et la première question qu'il a posé, c'est les femmes, levez les mains. On était 4… Tout de suite le grand chef, mais elles sont ailleurs. Et bien soit elles avaient du travail et parce qu'elles avaient d'autres obligations ce que les gens ne

comprennent. C'est très français. Car j'estime que l'on peut faire du très bon travail entre 9h et 17h et qu'ici, ce n'est pas possible, ce n'est pas très bien vu. Il y a un blocage à ce sujet.

On a même l'impression que les messieurs restent tard pour rester tard
Oui tout à fait. C'est l'objet de nombreuses conversations avec beaucoup d'hommes. Car sociologiquement, les hommes peuvent se permettre de rentrer tard car ils ont des femmes qui ne travaillaient pas. A Montargis, tous les hommes rentraient à midi parce que les femmes avaient fait le repas et revenaient à 14h voir 14h30.
Le statut de femme est un statut et quand on ne peut rentrer pas dans le moule, les gens se posent des questions. Pourquoi a-t-elle quitté son mari ? Je ne l'ai pas quitté. Et pourquoi êtes-vous ici ? Parce que c'était indispensable. C'était mon service militaire, une notion que je renverse au féminin et pour qu'on me juge apte car j'ai fait du terrain. Il y a très peu de femmes qui en font du terrain. Et j'en joue, car quand on m'embête, je dis mais vous, vous n'avez pas fait de terrain. Mais cela est aménageable. On peut le moduler car deux ans, c'est beaucoup.

15. Michèle MEYZIE-DEBENEST, Directrice de la FONDATION SUEZ

Pourquoi une fondation ?
La compagnie de SUEZ était un holding de banque et de financiers. INDO SUEZ était un groupe dont l'activité était financière essentiellement. C'était un groupe décentralisé sans rien pour le fédérer. Le but de la Fondation a été de fédérer autour d'objectifs communs et notamment sur l'enfance. Dans les banques, le personnel était essentiellement féminin et la cause des enfants correspondait naturellement à leurs attentes et leur engagement. Cette Fondation est sous l'égide de la fondation de France qui a servi de conseiller et au financement des activités de la Fondation SUEZ.

En quoi cette fondation répond à un devoir, à une responsabilité de SUEZ ?
Elle correspond à la volonté de Responsabilité Sociale de SUEZ. L'aide à l'enfance en détresse fait partie du RSE. En 1997 avec la fusion du groupe avec LDE, l'activité s'est poursuivie notamment au niveau international. Elle intervient dans les pays où SUEZ a un contrat afin de montrer que SUEZ s'engage dans le développement du pays. C'est également, là encore, un moyen de fédérer le personnel et de mobiliser l'engagement des uns et des autres.

Et par rapport au DD ?
Le DD, c'est un peu la tarte à la crème du discours. L'activité de la Fondation se rejoint surtout au niveau de l'éducation. Par exemple en Afrique du Sud, on a retrouvé une activité de DD en matière d'éducation des jeunes après l'apartheid. Le but de l'action a été de restaurer les valeurs citoyennes auprès des jeunes pour qu'ils s'investissent dans leur pays, qu'ils développent une nouvelle valeur dans le futur.

Des activités par rapport à l'accès à l'eau ?
Ce n'est pas l'objectif de la Fondation. Au Vietnam, on a un projet avec une association de médecins, le projet visait à diminuer la mortalité infantile par l'accès à l'eau. Il y a un lien clair entre eau et hygiène. L'hygiène garantit une bonne santé, la protection de l'environnement. Dans le cas de ce projet, les objectifs étaient d'aider les enfants hospitalisés, ceux touchés par le SIDA et la précarité. Le projet était très lié à la santé et l'hygiène.

Comment fonctionne la Fondation ?
C'est comme une association qui a des activités en France et à l'étranger. On présélectionne des dossiers en fonction du pays, de la durée. Certains sont portés par des employés de SUEZ. L'important pour nous, c'est que l'action s'inscrive dans la durée, qu'il y est un suivi. On peut aussi travailler avec Aquassistance pour l'apport financier ou humain. On travaille également avec l'UNESCO et l'UNICEF qui nous sollicite beaucoup.

Quel est le lien s'il existe entre votre Fondation et les femmes ?
L'expérience de terrain a montré que ce sont elles qui font bouger les autres, qui font bouger les choses… Surtout en Amérique latine, au Maghreb… Je peux vous citer l'exemple d'un projet au Brésil. Il s'agissait d'une association créée par une femme qui travaillait à Rio pour des projets de lutte contre la violence, pour la protection des enfants et pour promouvoir l'éducation. Son projet visait beaucoup les femmes car elles sont au cœur de ces problématiques et elle a mis en place un système de micro-crédit dont les femmes étaient les premières à être les bénéiciaires.
Encore, nous avons travaillé au Maroc sur le projet des « petites bonnes ». On voit l'importance de cible la petite fille dans ces cultures où l'on privilégie les garçons, ce sont eux qui sont envoyés en premier à l'école quand la famille en a les moyens, elle envoie éventuellement la fille. Ce programme visait à aider les familles pour qu'elles envoient leur fille à l'école plutôt que dans des familles pour qu'elles travaillent.,
On retrouve la problématique de la fille / la femme, partout. En Chine, l'association Couleurs de Chine a créée un système de parrainage pour l'éducation de la petite fille, elle a également crée un dortoir pour fille au sein de l'école pour promouvoir leur accès à l'éducation. Résultats : il y a autant de filles que de garçons dans cette école.

DD et femme ?

En général, le constat est là surtout dans les PED. Les femmes ont la charge de l'éducation de leurs enfants, elles agissent pour leur offrir un meilleur monde, elles sont davantage concernées par les actions de non-violences et ses principes. En matière de micro crédit, les femmes remboursent leur prêt. En terme de différences, on voit qu'elles sont plus pragmatiques, plus volontaires…

Tableau
1 = 4
2 = 3
3 = 4
4 = 4
5 = nc
6 = 5

Sur le genre ?
Il existe encore des représentations très fortes, dans les PED, il y a encore beaucoup de représentations très machistes. A SUEZ, nous sommes partenaires du Women's Forum. On a eu l'exemple de femmes qui interviennent dans les pays du Golf pour la représentation politique. En interne, le magazine Terre Bleue montre encore un pourcentage très faible de femmes dans notre entreprise. Il y a un changement qui se dessine à tout les niveaux. On a l'impression que c'est lent, c'est vrai car il s'agit d'un changement politique, mais ça évolue.
Les femmes ont un rôle très important à jouer, elles sont plus proches de la réalité. Il faut agir très jeune pour apporter le changement, dans leur éducation dès la maternelle autant auprès de la petite fille que chez le petit garçon… C'est difficile car c'est s'attaquer aux représentations. Dans les PED, la clé est vraiment l'information et l'éducation. Je pense que tout passe par l'éducation.

16. Malia BELKACEM, Direction Stratégie et Développement Durable, SUEZ

Entretien Janvier 2007

Quel est votre profil et poste ?
Je travaille à la direction DD depuis 2005. Je suis dans le groupe depuis 2000. Je m'occupe des partenariats avec la société civile. Je dois préciser que ma fonction aux Nations Unies précédemment était la place des femmes dans l'eau. Je me suis occupée du projet World Vision et j'ai créé l'Alliance Genre et Eau avec les ONG partenaires. Nous avions créé le concept d'ambassadeur parce qu'en fait, plutôt que de parler de la place de la femme dans l'eau, j'aime bien le concept qu'il faut que homme et femme travaillent ensemble. Car on a des visions très différentes. Souvent, ce sont les hommes qui négocient l'installation de bornes fontaines et ce sont les femmes qui savent où la BF doit être. Dans ce cadre là, j'ai fait pas mal d'animation sur la notion de genre qui n'était pas très connue en France, il y a sept ans que tout le monde dénigrait en disant que c'était du féminisme alors que pas du tout, pour encourager la durabilité des projets, il faut encourager la participation des hommes et des femmes à des projets, de bien faire attention à interroger les deux genres pour voir si le projet était adapté. Il y a de nombreux exemples que vous devez connaître qui montre que techniquement le projet valable alors que socialement, il en est autrement comme avoir une BF à 10km parce que souvent, pour les femmes, la borne fontaine est un moyen de rencontrer leurs amies, de discuter, de s'éloigner de la maison et de ses obligations… Donc ça, effectivement, c'était au niveau rural. Mais ça allait plus loin parce que le projet Gender Mainstreaming visait à intégrer les femmes dans ce gros travail de réformes politiques de l'eau. On avait fait une publication à la fin pour montrer que les femmes n'étaient pas que des figurantes, qu'au niveau de la comptabilité, des associations d'usagers, elles étaient souvent plus intègres et honnêtes que les hommes. C'est grâce à cette compétence que le Groupe s'est intéressé à mon profil. A cause de mon intérêt pour la participation de la société civile et par extension, à force de m'en occuper, j'ai créé le projet Genre car je me rendais compte inévitablement que les ONG avec qui je travaillais étaient composées d'hommes essentiellement. Je me suis dit mais où sont les femmes ? Du coup, ce projet a démarré. Quand suis arrivée dans le Groupe, je me suis occupée de la participation de la société civile et ça a commencé par la création d'un comité transversal sur les relations avec les associations et qui est aujourd'hui dans notre politique de DD. Cela nous a permis de faire une cartographie des ONG dans le monde, de développer un petit peu la perception des ONG militantes, environnementales dans notre entreprise où ce monde apparaît parfois comme étrange. Pour les femmes, c'est un peu pareil. Il s'agit de réconcilier le monde industriel avec les femmes, qu'une femme n'est pas uniquement née pour avoir des enfants et qu'elle peut aussi apporter un souffle nouveau à l'entreprise, qu'elle peut apporter une sensibilité que les hommes n'ont pas. Souvent dans les comités où l'on a besoin de dialogue social, dans les fonctions RH, à la communication, il n'y a que des femmes, au DD, il y a énormément de femmes… Dans toutes les directions de DD, il y a énormément de femmes, souvent des jeunes femmes qui se lancent avec passion dans le DD parce que ça touche à tout… Au social, à l'environnemental, à la situation des femmes, à la formation, à l'intégration des jeunes. La capacité d'avoir une vision à 360 degrés de la réalité est une capacité très féminine… On arrive à avoir une vision de notre vie sur plan personnel, professionnel, spirituel. On est multi tâches. Du coup ça aide dans l'entreprise car on perçoit le côté technique, humain, de biodiversité contrairement aux ingénieurs. Et on se rend bien compte que les revendications aujourd'hui des ONG pour plus de transparence, plus de tracabilité est tout à fait justifié. Que les revendications pour ne pas avoir par exemple une déchetterie à proximité d'habitation sont tout à fait justifié et que ce genre de dialogue, ça aide pas mal dans l'entreprise, dans les relations, cela aide à désamorcer les conflits. On s'est rendu compte que le dialogue social, la cartographie des parties prenantes n'est pas faite de manière rigoureuse ou est faite selon la cible politique… On connaît le maire, mais cela ne suffit pas. Il faut connaître les ONG, les associations, les syndicats, les coopératives de femmes… Tout ces gens là qui font la réputation de l'entreprise et si ces gens là, on ne s'en préoccupe pas et bien après on a des retours de bâton de ces personnes qui disent que c'est des affaires de copinage avec telle personne alors que dans les entreprises où la société civile a été intégrée tout de suite au projet, qu'elle participe aux comités d'orientation, tout ça apaise les gens et permet de continuer à exercer le métier dans un climat de bonne entente. Je pense que au-delà des femmes, c'est la société civile dans son ensemble qui doive être prise en compte.
Vous vous intéressez davantage aux femmes dans l'entreprise ou en tant qu'usager consommateur ?

Alors plutôt en tant que usager et consommateur, en tant que cible. Je fais une comparaison du genre au Maroc et en France…
C'est différent de femmes.

J'utilise le terme femme parce qu'en France, on ne connaît pas le terme genre.
Justement ça en est où en France ? Je croyais qu'il y avait eu la création d'une association sur le genre, eau et genre ou quelque chose comme ça avec le Ministère des Affaires étrangères.

Alors il y a eu un rapport sur eau, genre et développement durable avec un retour d'expériences sur des projets en Afrique Sub Saharienne. Il y a eu un rapport qui va être publié sur cette thématique mais ce n'est pas encore très répandu.
Déjà en entreprise, il y a beaucoup d'entreprises comme nous qui s'en préoccupent mais sous d'autres termes. Un groupe de travail vient de publier Les Golden rules sur l'intégration de la femme dans l'entreprise. C'est au niveau interne comment faire pour encourager les femmes à faire des études d'ingénieurs, comment les aider, les coacher… Sur le terrain, il faut arriver à cartographier là où on est, les gens avec qui on travaille, les populations, le pourcentage de femmes de moins de 35 ans, et créer parallèlement au projet que l'entreprise a, comment aider les femmes à lancer des projets de micro-crédits, à créer des coopératives… Car les femmes y sont très sensibles notamment dans les foyers et surtout au Maghreb, ce sont celles qui donnent le la sur l'opinion sur le projet d'une entreprise. Au niveau de Lydec, les femmes sont les premières ciblées car l'électrification leur permet de donner l'éducation à leurs enfants, d'avoir un meillleur niveau qu'elles, d'avoir du temps pour autre chose. C'est vrai que les femmes sont le nerf au niveau des ménages. Je suis contente de vous entendre dire que vous travailliez sur le genre et non pas les femmes.

Oui. Nous avons choisi le terme femme
Nous enfin, je suis issue d'agro… Les personnes qui ont fait des thèses, c'était avec l'EHESS. Dans ma formation, nous avions des cours pour comprendre les aspects liés au culturel et social. Cela nous aidait à comprendre que si un projet était viable sur le plan technique, il fallait que sur le plan social, s'assurer que la société est intégrée car on peut perdre des milliards si on ne s'assurer pas de l'adhésion sociale. Par exemple, je me souviens d'un cas en Tunisie où le gouvernement avait lancé un projet sur une zone cotière, de transformer un système d'irrigation gravitaire pour lutter contre l'intrusion d'eau salée. Ils ont installé des BF et au bout de quelques années, ils se sont aperçus que personne ne les utiliser et nous a demandé d'étudier pourquoi. Et au bout de quelques temps, les personnes qui avaient refusé d'utiliser ce système, c'était les femmes. Parce que les parcelles qui étaient utilisées avaient des arbres, c'était donc un système bocager, ce qui n'était pas anodin parce que d'une part, cela protéger les cultures du vent et d'autre part, cela était un prolongement des propriétés privées qui permettaient au femmes de se dévoiler et donc les BF nécessitaient une utilisation collective que les femmes ont refusé. Les femmes perdaient leur intimité et parce que les gens dans leur perception, que l'eau qui provenait d'un puits était une eau vivante tandis qu'une eau qui venait d'un lac mort, collinaire, était un meilleur moyen d'irriguer. Il n'y avait même pas eu de sensibilisation sur comment mieux irriguer. Et des projets comme ça, il y en a eu des milliers. Malheureusement, à chaque fois qu'on va voir des ministères, des comités pour leur expliquer qu'on a l'expertise pour réaliser ce genre d'études, la réaction c'est de dire, ben si on a besoin d'une telle expertise il faut demander à un anthropologue… Il ne suffit pas d'être anthropologue, il faut également être également ingénieurs pour comprendre les aspects techniques et faire le lien avec le social. A l'époque et même maintenant, on considère que le social est important mais ce n'est pas encore très intégré.

Alain Mathys parle beaucoup d'ingénierie sociale.
C'est ça. C'est d'arriver à trouver l'outil, le meilleur moyen d'obtenir un dialogue avec les gens. Parfois c'est d'être en retrait, parfois c'est être interventionniste et c'est de donner des cours de capacity building, chaque société est différente. Il n'y a pas de recette unique. Parfois il y a des sociétés où les femmes sont des chefs d'entreprise et c'est elles qui devraient diriger des comités d'entreprise sauf que dans de nombreux pays, c'est socialement impossible. Alors la voie de garage c'est les coopératives de femmes et de les aider à gagner de l'argent qui leur permet de développer des activités qui vont de fil en aiguille de

changer. Mais ce n'est pas uniquement aider les femmes, tout va avec… Les lois, la religion, le système matriarcal et patriarcal…

J'ai choisi les femmes car on voit qu'il faut les aider
Oui. Il faut les aider, les coacher car souvent elles ne savent pas faire. Une amie que vous pourriez aller voir de ma part, c'est Houria Tazi Sadeq de l'association Almae qui est membre du FARC. C'est une association qui s'occupe de ces questions là, de gestion intégrée des ressources, de formation et elle est à Casablanca. Il faut voir également Jacques Labre qui la connaît.

La Road Map de SUEZ
Suez est un acteur engagé dans le DD depuis sa création. Pour traduire en langage simple, nous avons défini 5 priorités qui sont dans le Rapport d'activité. Au niveau de l'engagement de SUEZ, les femmes sont intégrées. Il y a donc 5 priorités sur lesquels le Groupe s'est engagé qui sont la mutation des marchés, l'ancrage territorial, la préservation des ressources, la qualité de la vie et le changement climatique. C'est au niveau global mais au niveau interne, à charge de chaque filiale de décliner cette feuille de route d'où la charte de Lyonnaise, la Road Map de Sita… Pour présenter cet aspect. Etre capable de présenter les actions qui ont été faites. Sur les femmes, la prise en compte des femmes ne sort pas de nulle part, que les entreprises sont jugées sur l'intégration des femmes dans les effectifs, sont jugées sur la participation des femmes au niveau local et avant même, de parler de taux de féminisation des équipes, du personnel. C'est un élément très important en interne à l'ordre du jour d'où ça (Le Terre Bleue) mais il y a des sociétés qui vont au delà comme les agences de notation qui nous demandent si nous encourageons les contrats avec des fournisseurs femmes. Au-delà d'avoir des femmes dans différents services financiers, compta, je ne sais pas, il faut encourager le recrutement des femmes, encourager des contrats avec des Grandes Ecoles, d'encourager des contrats CIFRE avec des femmes… Il y a des sociétés qui vont plus loin en formant leur personnel pour travailler avec des femmes localement. SUEZ a signé la Charte de la Diversité qui s'engage à former le personnel sur ces questions. SUEZ est membre de plusieurs groupes de travail sur la diversité, la diversité va au-delà de recruter que des femmes mais permettant de recruter des immigrés, des handicapés, etc.

17. Stéphane Quéré, Directeur du Développement Durable, SUEZ

Entretien 03/2008

Les valeurs du Développement Durable
Alors je ne sais pas si on peut l'exprimer en termes de valeurs mais en termes de concepts. Je dirai qu'il y a trois concepts qui sont principaux qu'il y a le long terme, l'écoute et la responsabilité. L'écoute au sens de l'ouverture sur l'environnement, l'ouverture attentive.

Est-ce que selon vous, ce sont les mêmes valeurs qui guident le DD à SUEZ ?
Complètement. De toutes les façons si les problématiques sont différentes selon le type d'activité que l'on peut avoir, si on travaillait chez Havas, nos actions seront très différentes. Mais la démarche et les fondamentaux sont les mêmes. Si on réfléchit des parties prenantes et qu'on est conscient de l'impact que l'on a, c'est là que l'on peut définir les politiques qui sont très diverses selon les entreprises.

Quelle est la place de la femme dans la politique de DD ?
Ce n'est pas une question de femme. A partir du moment où on est en écoute active de tous les signaux de la société, on n'est pas dans une question d'homme ou de femme. Par contre, il faut avoir toutes les énergies nécessaires pour pouvoir le faire au mieux. Il est donc évident que la parité est indispensable. Je ne vois pas comment on peut remplir notre contrat par rapport aux fondamentaux que je dis si on ne réunit pas toutes les énergies, que ce soit des hommes, des femmes, des gens de différents horizons.

Pensez-vous que les femmes ont des valeurs particulières du DD ?
Peut-être. Il faut faire attention à la caricature, confondre la femme, la mère… L'enjeu de responsabilité. Peut-être que les préoccupations pour le futur, les notions de responsabilité sont peut-être plus fortes mais je ne pense pas, je pense que c'est présent chacun. Par contre, la perception, la différence fait qu'on est meilleur et c'est tout l'enjeu de la diversité.

Comment définiriez-vous le lien femme et eau ?
Sur la problématique de l'eau, tout ce qui est dans certaines civilisations, ce sont souvent les femmes qui s'occupent de ça. Pour tout ce qui est apport des biens au quotidien, ce sont souvent elles, les femmes dans certaines sociétés traditionnelles. Ce n'est pas le cas en France.

Avez-vous des femmes sous votre direction ?
J'ai que ça. J'ai 4 femmes sous ma direction et au-dessus de moi, c'est une femme. Je suis encerclé. J'ai toujours travaillé enfin dans mon ancien job, on était à moitié homme et femme et je pense que c'est nécessaire.

Est-ce que vous pensez que les femmes qui doivent évoluer dans un milieu d'ingénieurs puissent souffrir de manque de reconnaissance ?
Je pense que c'est plus le cas dans un milieu d'ingénieurs que dans des milieux administratifs, financiers, enfin fonctionnels. Je ne connais pas bien les statistiques mais ce sont des questions qui ne dépendent pas uniquement dans l'entreprise. C'est le cas des écoles d'ingénieurs où quand vous démarrez et que vous êtes en situation d'infériorité, il y a des cultures qui se créent. Je pense que cela peut poser des problèmes dans des métiers un peu plus techniques parce qu'il y a des clichés, des questions d'habitude et ces habitudes sont renforcées dans les écoles où pendant la formation, il n'y a pas beaucoup de femmes. Ca crée un modèle qui se pérennise. Alors que dans les aspects plus fonctionnels, on a moins ce cas. Dans les écoles de commerce, il y a beaucoup plus de femmes et donc à la sortie, vous avez beaucoup plus de femmes dans des aspects marketing, clientèle… On se retrouve avec beaucoup plus femmes. Sans aller dans la caricature de la RH et la communication.

Connaissez-vous l'approche genre ?
Je ne sais pas ce que c'est.

Explication du genre. Répartition des rôles hommes et femmes.
Je trouve que cela doit exister par exception d'après ce que j'en comprends. Je ne vois pas en quoi des aspects plutôt il y aurait des profils « genrés ». Les ingénieurs, je ne vois pas ce qui permettrait d'être meilleur quand on est ingénieur quand on est femme ou homme. Cela peut se poser seulement dans le cas des différences physiques qu'il faut reconnaître. Les hommes ingénieurs et les femmes DRH, je ne vois pas pourquoi ça serait comme ça.

Ce concept est né en réaction au féminisme.
Oui, c'est né parce que les femmes étaient cantonnées aux fonctions de secrétaires. C'était donc nécessaire mais c'était un discours de réaction et non pas de construction.

Par rapport à cette idée de discours, le discours de SUEZ comment le qualifiez-vous ? Comment qualifiez-vous cet engagement ?
Je le ressens comme une nécessité dans la mesure où il y a 15% de femmes dans les effectifs et qu'il y a moins de 10% dans les comités de direction. Ca manque un peu. Je constate que dans les groupes de travail où il y a des hommes et des femmes, ça marche mieux. Je ne perçois pas de différence entre les hommes et les femmes aussi je ne comprends pas que l'on puisse avoir 80% d'hommes. Pour moi, la différence doit se faire au niveau de la compétence. Le discours est nécessaire par contre il faut faire très attention à son accompagnement d'où les groupes de travail. Il faut faire attention à l'aspect concret des choses. Il faut éviter, faire attention parce que quand on dit qu'il y a que 3% de femmes et qu'il faut atteindre 20%, cela veut dire qu'il y aura moins d'hommes, il faut faire attention à la problématique d'exclusion et de réaction et être dans une démarche de construction. Et puis, il faut être dans une logique de construction qui permette aux femmes d'avoir les mêmes chances que les hommes. C'est vrai qu'elle peut avoir un petit décalage par rapport à un homme parce qu'elle s'est arrêtée deux fois six mois pour une maternité par exemple. Cela ne me choque pas que les femmes aient une vie personnelle différente que celles des hommes et qu'il y ait des échanges entre femmes pour discuter de l'améliorer.

Les aspects concrets du DD, comment les traduisez-vous ?
Nous on a identifié des défis qui posent question sur la stratégie du Groupe en se projetant. Quels sont les points qui vont influencer l'activité du Groupe. Donc on a choisi le changement climatique, la qualité de la vie, l'ancrage territorial pour bien travailler dans les bassins où l'on est présent… A chaque fois on s'installe dans des lieux pour longtemps et on a une responsabilité par rapport à ça. Après on a défini les priorités sur lesquelles on allait travailler. Et après on a demandé derrière, à chaque Business Unit, de réfléchir aux points de progrès qu'il y a dans l'entité et qui sont utiles à l'entité. Parce que si ce n'est pas utile pour SUEZ, ça ne sert à rien. Par exemple, si on avait mis l'apprentissage de la musique parce qu'on pense que c'est intéressant, cela n'aurait pas été bon pour tout le monde. Je caricature mais cela veut dire que ce qu'on a demandé aux BU, ce n'est pas de remplir des tableaux avec des cases, c'est d'être en cohérence avec les fondamentaux identifiés et que chacun s'engage dans une démarche qui soit utile sur plusieurs points et de façon à ce que ce soit utile pour leur business.
Et c'est ça qui est fondamental. Si cela ne se traduit pas comme ça, cela ne sert à rien. Quand on a démarré notre direction, on a organisé un recueil de bonnes pratiques avec une matrice pour renseigner l'intérêt pour SUEZ car si cela n'est pas utile, ce n'est pas du DD. Alors au début, les gens nous ont sorti tout ce qu'il faisait pour les pauvres avec des choses liées à l'activité, à la bonne gestion du contrat pour Lydec mais quand on fait une action dans un pays où l'on ne travaille pas, ce n'est pas du DD, c'est du mécénat. C'est très bien mais ce n'est pas du DD. Donc oui, il faut que ce soit concret. Si on n'est pas capable d'expliquer en quoi c'est utile pour le Groupe, cela ne marche pas, c'est une marotte.

Quel est le lien avec celui de la problématique femme ?
Déjà on sait mesurer. Il y a une injustice qui saute aux yeux. Je veux dire le discours qui consiste à dire que les femmes ne sont pas capables de diriger, ça ne passe pas très bien. On doit être capable de montrer que la diversité des points de vue et des expériences permet d'être meilleurs. Et il y a des points plus terre à terre, que fera-t-on le jour où les lois vont tomber ? Le rôle de l'entité publique est le bien de tous et le jour où tombera une directive européenne sur la diversité et des quotas de femmes, on fera quoi ? Le jour où nos clients intégreront dans les pré requis qu'on est un certain nombre de politique sociale ou

environnementale et qu'ils regarderont précisément ça et que nous on répondra qu'on a 2% de femmes dans nos équipes, on fera quoi ? On embauchera n'importe qui pour répondre aux quotas ? Donc cela se prépare. Je pense que c'est comme le DD, les problématiques font déjà l'objet de pré requis de certaines entreprises qui ne veulent pas travailler notamment dans le cas de la biodiversité, elles ne veulent pas travailler avec des entreprises qui ne répondent pas à certains critères de santé, etc. Et donc tout notre travail est d'expliquer l'utilité de notre démarche. Et par rapport à la question des parties prenantes, cela va nous être imposé car c'est jugé de manière positive et que si on est le seul à ne pas le comprendre, on sera en décalage.

Par rapport au programme d'accès à l'eau pour tous, en quoi cela est-ce du DD ?
La problématique de l'accès à l'eau pour tous répond à des enjeux de bonne gestion de contrat, des questions de durabilité du contrat et souvent en accord avec les concédants, les partenaires selon le contrat. Cela répond à une demande de la ville ou cela fait plaisir à la ville, cela nous évite d'éventuelles contestations, favorise la sécurité des réseaux par rapport au piratage. Ca fait du bien aux gens parce qu'ils bénéficient d'un accès plus fiable, moins cher. Cela fait plaisir à la collectivité et nous, ça nous permet de pérenniser notre présence.

Quels sont les bénéficiaires selon vous de ce programme ?
Les populations et indirectement la collectivité puis SUEZ.

Selon vous, quelle est la place de la femme ?
Cela dépend de l'endroit où l'on est. Je ne suis pas expert là-dedans, selon les endroits, on cherche des modes adaptés à la culture locale car plus on est dans ce type de populations, plus il faut s'adapter au plus près des habitudes des gens. Selon les pays, il y a des acteurs qui sont des leviers et cela peut être des chefs de tribu comme en Afrique du Sud où il y a deux types d'autorités, l'autorité municipale et l'autorité tribale. Sans l'autorité tribale, on ne fait rien. En Afrique, ce sont beaucoup les femmes qui règlent tout ça, elles règlent la vie des quartiers. C'est parfois avec elles qu'il faut faire des campagnes de sensibilisation… Et il y a des pays où ce ne sont pas les femmes qu'il faut cibler. Dans pas mal de cas, il faut les mettre en première place parce que ce sont elles qui gèrent les aspects quotidiens de la vie.

Tableau
1 – 4
2 – 2
3 – 2
4 – 4
5 – 5

Commentaires sur cette problématique
Je pense que c'est une problématique intéressante dans le cadre d'une problématique d'ancrage territorial. Par rapport à ce que vous me dites sur l'eau, il faut une étude de terrain, c'est un maillon important et qu'il ne faut pas oublier.

Formation d'origine
ESCP.
A SUEZ depuis 1989. J'étais à Lyonnaise aux services financiers. Puis je suis passé à Paris Première. Je suis Directeur du DD depuis 2005. Je suis arrivé au DD car on m'a proposé une mission à la communication financière pour travailler sur les questionnaires d'agence de notation de DD. Et je me suis dis pourquoi pas et j'ai trouvé que c'était un outil de management très intéressant car cela permettait de construire des outils de long terme. Puis j'ai fait un diagnostic sur ce qu'il y avait à faire puis je suis devenu directeur du DD. C'est vrai que les profils sont très différents et c'est bien d'avoir exercé un métier opérationnel car ce sont des missions très transversales, comprendre comment marche une entreprise, savoir dialoguer avec des opérationnels. Vous n'êtes pas obligé d'être expert mais au moins comprendre ce qu'ils font car vous partez de leurs expériences et qu'il faut les écouter pour vous adapter à ce qu'ils disent.

Quand on parle de DD, il ne faut pas le mélanger à de la communication car ce n'est pas de la com. Evidemment il faut savoir communiquer et il faut bien séparer car on a souvent associer la communication et le DD. C'est bien d'avoir des gens qui savent faire la distinction. Et comme elle s'occupe du cabinet de G. Mestrallet, cela nous permet d'avoir une entrée directe sur les préoccupations du Com Ex. Surtout que lui, c'est un convaincu et il a été un des premiers à être convaincu. D'ailleurs on en parlait beaucoup au début sous l'angle de l'eau car c'était le métier de base à travers le programme eau pour tous, la bataille de l'eau… Maintenant, on le travaille sur tous les métiers. Et il y a des grandes synergies où tous les métiers sont confrontés aux mêmes enjeux notamment clientèle.

18. Alain Mathys, Direction des relations institutionnelles, de la stratégie et du développement durable, Directeur de programme Accès à l'eau pour tous, SUEZ Environnement

Entretien Décembre 2006

Pouvez-vous me présenter l'accès à l'eau pour tous ?
Quand on travaille dans le cadre de nos contrats dans les bidonvilles, on travaille sur la collaboration et la communication, dans des quartiers pauvres où il y a une importance de récupération des coûts qui est importante. Que l'opérateur soit public ou privé, il faut intégrer les aspects financiers et l'on doit équilibrer ses coûts. Dans les quartiers pauvres, il y a des mécanismes, des subventions qui existent et on voit, il y a des études qui le montrent, que ce qui coûte cher, c'est le coût de la collection que le coût du service lui même. Les gens qui ne sont pas connectés, ils dépensent plus que dans des endroits par rapport au tarif normal. La capacité, la volonté de payer l'eau existe puisque très souvent les gens paient l'eau, ils achètent l'eau à des revendeurs par des mécanismes qui font qu'ils ne sont pas connectés et que cela leur coûte plus cher. Par contre, le financement, l'extension des réseaux le coût de la connexion, on sait que les mécanismes ne sont pas mis en place, c'est pour cela que l'on a pas accès à l'eau par tout. On travaille beaucoup sur ces questions de financements d'accès à l'eau. On peut globalement compenser, dans un cas idéal chez LDE en France ou ailleurs, l'usager paie la totalité du service de l'eau et les revenus des compagnies privées correspond à ce que lui paie l'usager. Dans d'autres pays, il y a des mécanismes de subventions dans lequel une partie de l'Etat paie sous forme de subventions.

Quel est le rapport aux femmes et au genre dans ce cadre ?
Cette question est intéressante, celle de la séparation entre les hommes et femmes quand on discute de la volonté de payer. Si on discute séparément avec les hommes ou avec les femmes, on n'a pas du tout la même réponse. Puisque par exemple, est-ce que c'est important d'avoir de l'eau à domicile, si on prend par exemple, les bidonvilles à Casablanca où il y a des bornes-fontaines. Ce sont des femmes qui vont chercher l'eau aux bornes-fontaines, si on pose la question aux femmes, elles disent oui c'est important pour collecter. Si on demande aux hommes , ils l'ont déjà à domicile puisqu'ils n'ont pas à aller la chercher, ça change pas grand chose.

Qu'apporte cette approche sur le terrain ?
Avant qu'on discutait avec des hommes, ils trouvaient qu'il fallait pas payer l'eau mais que la dépense, l a tarification de ce que représentait l'eau, et cela se voyait surtout en Afrique sub saharienne, c'était largement inférieur à ce qu'ils dépensaient en bière.
La tradition pour les hommes, c'est de se retrouver le samedi soir entre copains, dans les maquis et de boire la bière pour des dépenses largement supérieures à ce que coûteraient l'eau. Donc quand on travaille, qu'on va étendre dans des zones périurbaines l'accès à l'eau, on travaille sur ce qu'on appelle l'adhésion. C'est-à-dire, dans des familles, il faut qu'on ait des familles qui est acceptée de se raccorder au réseau. On ne peut pas aller installer des infrastructures dans un cadre s'il n'y a pas 70% de personnes qui se raccordent.

Comment faites-vous pour obtenir ces adhésions ?
On a développé à partir d'enquête, une approche que l'on appelle l'ingénierie sociale, qui se fait sur le terrain. Approche locale avec des enquêtes, des groupes focaux, un travail avec des groupes sur le terrain comme les Universités, les associations, les ONGs ou encore des consultants. C'est la méthodologie « ingénierie sociale »,

Est ce qu'elle peut jouer un rôle pour convaincre l'homme ?
Dans les points focaux, on voit les différences. S'il n'y a pas d'accord, cela engage une discussion entre les deux, dans le groupe et la communauté. La femme peut alors avoir un rôle à jouer, mais cela dépend vraiment du lieu d'intervention.

Comment fonctionne ce programme ?

Programme mis en place dans le cadre de ses contrats. Initialement en 1999, il s'agissait de définir un savoir faire opérationnel pour la connexion des quartiers périurbains. Parce que si on regarde l'histoire de LDE, à partir de 1997, multiplication des contrats dans les pays en voie de développement : Maroc, Indonésie, Chili… Il fallait développer un SF dans la gestion des quartiers pauvres, initiative lancée autour de l'idée d'innovation.
1996-1997 : programme test sur 2 ans : recherche et innovation : aller voir les ONG et leur méthodologie. Cette recherche a montré qu'il n'y avait pas de SF existant et SUEZ devait développer le sien. Donc en 1999, développement de sa propre expertise pour le développement de l'intervention dans ces quartiers.
On a conduit le développement du projet dans le cadre de Manaus, cela nous a permis de préparer des offres commerciales intégrant cette expertise. Il était un exemple de première collaboration avec la Banque Mondiale. On a apporté de l'eau à presque 10 millions de personnes ce qui correspond à une démarche des MDG
Aujourd'hui, certains aspects méthodologiques doivent être creusé notamment à Casablanca, Jakarta, Alger : accompagner et appuyer les filiales dans leur programme d'accès à l'eau potable. Nous avons pour objectifs de développer des outils, envoyer des personnes sur place pour animer des formations, des montages financiers… Ensemble de documents méthodologiques pour aider les filiales à tous les niveaux (tarifs, technique…)

Quels sont les liens sur les MDG ?
Montrer que lorsqu'on arrive dans un pays développé, on arrive à avoir des résultats meilleurs avec la gestion déléguée en matière de développement de l'accès à l'eau et à l'assainissement. Cela montre notre SF, en tant que secteur privé, nous sommes capables de résoudre les problèmes et montre également qu'on a le souci de développer l'accès à l'eau, de s'impliquer dans le développement social des villes.
On a montré que le taux d'accroissement annuel est plus élevé à la moyenne. Les MDG s ont pour objectifs de réduire d'ici 2015, 50% des personnes aient accès à l'eau. SUEZ, là où elle intervient dépasse les objectifs dans l'accès. On va alors collaborer avec différentes institutions comme la Banque Mondiale, l'AFD… Aujourd'hui, programme qui est arrivé à maturité, fin en Argentine, Casablanca va bientôt être fini… De plus, on a plus un intérêt pour aller dans les pays en Développement étant donné les risques qui existent. Le discours est de continuer mais dans la réalité, on reste une société capitaliste. On a fait des choses très bien, à fort potentiel qui a développé un SF propre à SUEZ… Mais aujourd'hui, le secteur de l'eau fait l'objet de convoitise des banques, des fonds d'investissement et les enjeux sont avant tout financiers. Un changement avec la fusion en 1997. LDE était une société de services sans une gestion financière optimale et qui délivrait un service public. Aujourd'hui, les financiers dominent donc la problématique de la rentabilité domine. L'objectif principal n'est plus le service public mais l'actionnaire, et c'est un courant dominant pas seulement à SUEZ. Cela suppose que la société soit bien gérée et de fait, au niveau international, il y a un devoir de bien gérer entre rentabilité immédiate et développement à long terme.
Au niveau de SUEZ, on développe ainsi un discours de responsabilité sociétale, de rentabilité, de profit, de développement durable… Le marché aujourd'hui pour SUEZ s'ouvre dans les pays d'Europe de l'Est qui doivent se mettre en conformité avec les objectifs de l'Europe.
La poussée vers les pays en développement à l'étranger a été ralentie par l'épisode d'Argentine qui a crée un traumatisme car nous avons été traité comme des gangsters sans être indemnisés alors qu'on avait réalisé de nombreux investissements… Les seules possibilités restent en Chine, Chili ou le Brésil. Au Maroc, on sent une ouverture avec le marché de Tanger, Tétouan mais elle reste encore limitée. Il y a une réforme sur le secteur de l'électricité qui va elle aussi s'ouvrir.

Comment peut-on traduire ce processus au niveau de LDE ?
Programme pour payer la facture qui est né de la pratique de la coupure d'eau. On a lancé une enquête sur la pratique de la coupure et dit de « droit à l'eau »… Que fait-on quand on coupe l'eau ? Que doit-on faire en matière de coupures d'eau ? Quelles sont les recommandations pratiques ? Il s'agit de trouver des alternatives positives pour trouver des solutions dans les pays industrialisés visant les gens en difficulté… Ces alternatives à la coupure ont pour objectif de maintenir l'eau tout en évitant la faillite. Il s'agit de distinguer les mauvais payeurs des familles en difficulté. Il s'agit d'identifier ceux qui sont en détresse et de trouver des mesures concrètes : travail avec l'Etat, le fond Social Logement… Ce n'est pas à

l'opérateur de payer le prix des mauvais payeurs mais c'est son rôle de contribuer à trouver des solutions. Il s'agit de définir qui, comment on paie, par quel système et que l'opérateur reste payé. L'opérateur est un exécutant, il n'a pas être concerné par la politique, la politique sociale… Il n'y a pas de problématiques

Connaissez-vous l'approche genre ?
On la connaît surtout dans les PED car c'est là qu'on voit la répartition des tâches. En Europe, dans les pays industrialisés, se voit également même si c'est n'est pas le même niveau : différence de salaires, différence de pratiques à la maison… Je pense que chez les gens éduqués, il y a une répartition des tâches.

Que pensez-vous du magazine de SUEZ, Terre Bleue ?
On voit qu'il y a des pratiques qui existent encore. C'est évident que le Développement Durable devrait changer les mentalités… A SUEZ Environnement, il n'y a qu'une femme. Hier, j'étais à la DORE, il y avait très peu de femmes. On voit que ça change notamment avec la politique de parité… Il y a une évolution. Ca va prendre du temps notamment quand on voit les différences au niveau de l'Europe, en Italie… Mais ça va changer, on le voit.

Quel lien faites-vous entre eau et femme ? Y voyez-vous un lien symbolique ?
Pas vraiment… Enfin, pour moi, parler de « eau et femme », c'est parler de la gestion de l'eau au quotidien, celle du foyer.

Que pensez-vous de la symbolique de l'eau ?
L'eau est une valeur culturelle. La vie est très proche de l'eau. Par exemple, le Gange, les Indiens qui l'utilisent y attribuent une valeur émotive forte. C'est ce qui provoque des conflits car l'eau ne devrait pas être gérée par des privés, par une entreprise pour certains. Avant, l'eau était à proximité, les villages se bâtissaient près de l'eau. Avec la technicité, on a pu s'éloigner. Aujourd'hui, le besoin de technicité est évident. Il faut faire comprendre la nécessité technique que requiert l'eau, il faut dépasser le caractère émotif de l'eau. Pour moi, c'est évident que la dimension culturelle de l'eau tend à disparaître dans la société en général avec le besoin vital de l'eau.

Et de l'approche d'accès entre Nord / Sud ?
Ce n'est pas la même préoccupation. Dans le Nord, il suffit de tourner le robinet et l'eau arrive. Dans le Sud, il faut aller la chercher, elle est vecteur de maladies, de développement. Dans ce système, la femme est la première affectée par l'eau : enfants malades, corvée d'eau, etc. D'où l'importance d'adopter une démarche d'écoute dans le programme d'accès. Cela se voit partout, même ici au siège, il faut s'adapter à la demande, écouter et engager une démarche de négociations avec les acteurs. Il faut engager un dialogue qui est capital pour trouver les solutions, s'ajuster aux demandes et entrer dans le long terme. L'eau est souvent perçu du point de vue seulement technique en matière de gestion ce qui explique que 80 % des personnes qui la gèrent soit des hommes… Or, les femmes, les jeunes filles qui ne vont pas à l'école sont également concernées. Et encore, ceci est visible. Dans les pays du Nord, ce n'est pas clair, pas vu mais il y a aussi des différences qui ne sont pas prises en compte et cela se voit dans les effectifs des écoles d'ingénieurs où il y a peu de filles.
Aujourd'hui, les femmes doivent fournir plus d'efforts, elles doivent fournir plus d'énergie mais elles arrivent au pouvoir, il y a plus de femmes dans les postes clés… Ceci n'est pas spécifique aux métiers du Développement, c'est une tendance générale qui montre une évolution dans les mentalités.

19. Frédérique RAOULT, Directrice de la Communication SUEZ Environnement

Entretien Janvier 2007

Quelle est la place de la femme dans votre entreprise ?
La femme doit jongler avec son univers familial et son univers professionnel, elle doit innover pour s'organiser. Aujourd'hui, ça évolue. Au niveau de nos métiers notamment, ça évolue dans les habitudes de formation, la valorisation des métiers… Il y a un travail exercé sur les générations qui font que le tout masculin du métier a changé.
A SUEZ, ce qui est important, c'est de noter qu'il n'y a pas de discriminations au recrutement. On a une politique qui fait des efforts pour s'aligner sur les chiffres nationaux… Pour faire évoluer les mentalités et attirer des femmes dans les métiers techniques, il y a un travail qui est fait au niveau de la RH et également de la communication. Il faut communiquer régulièrement pour promouvoir l'idée qu'un univers de travail doit être divers, pluriel. Par exemple, au niveau des images, il est important de choisir des femmes ou des personnes de races différentes. Il existe encore des idées reçues c'est évident, je ne pense pas par exemple qu'un homme recruterait un assistant… Cela dépend également des cultures. En Chine, par exemple, les rapports hommes / femmes ne se jouent pas du tout sur le mode de la séduction comme dans nos cultures latines. C'est contraire à la mentalité.

Quelle est la place de la femme dans la gestion de l'eau ?
Dans les PED, la femme est au centre du foyer. Dans ces pays, elles s'occupent de la corvée d'eau, ce qui est souvent un temps en moins pour l'éducation. L'eau est également au centre du tissu social, c'est un objet de partage au sein de la communauté. L'eau accompagne la vie. Quand elle manque, c'est très grave.
La problématique genre révèle le rôle de la femme dans le foyer, les perspectives de gouvernance qui sont liées à la gestion de l'eau.

Quelle symbolique percevez-vous entre femme et eau ?
L'idée que la mère est celle qui gère l'eau dans nos pays développés est un peu dépassée surtout en termes de communication. Il faut dépasser la vision mère / lait. C'est un peu rétrograde. Par contre, les femmes sont au cœur de sa gestion dans les PED notamment en ce qui concerne la corvée. Il faut les intégrer aux programmes de gestion. C'est évident que de la voir comme une bénéficiaire des projets d'eau est limitatif.

Quelle est la politique du Développement Durable à SUEZ ?
Le groupe a ancré le DD au cœur de sa réflexion. Il y a le volet environnemental avec des actions dans le recyclage, la préservation de l'environnement ou encore des réflexions sur les techniques qui peuvent aider à protéger l'environnement. Il y a le volet économique où il s'agit d'inscrire l'activité dans un développement qui garantit la pérennité de l'activité, de favoriser l'emploi. Sur le volet social, il s'agit de promouvoir des actions locales, très territoriales, de montrer la valeur ajoutée de la gestion par l'entreprise.

Pouvez-vous me décrire le programme d'accès pour tous ?
Il permet d'assurer un service tout en valorisant un SF propre à SUEZ Environnement. Ce programme est très humain, il est une mission qui est animée avec passion. Pour les femmes, ce projet, on l'a vu, a souvent permis de générer des activités économiques après l'installation de l'eau dans la communauté.
L'enjeu est également de limiter les coûts, de faire participer au prix de l'eau et d'impliquer les personnes de la communauté.

20. Lisette PROVENCHER, Directrice de Aquassistance, SUEZ Environnement

Entretien Décembre 2006

Quelle est votre formation d'origine ?
Je suis ingénieur en génie civil à l'Université de Montréal puis une maîtrise dans la gestion de l'eau. Je suis en poste à Aquasistance depuis 2002 et je suis à Lyonnaise des Eaux depuis 1986. Je suis arrivée après la création d'Aquasistance.

Quelles sont les valeurs que prônent Aquasistance ?
D'une manière très générale, c'est de venir en aide aux personnes qui en ont besoin dans les domaines de l'eau, de l'assainissement et des déchets. Les valeurs d'Aquasistance sont l'aide, la solidarité, la mise à disposition de compétences à titre gracieux.

Quel est l'avenir d'Aqusistance ?
Si on voulait s'agrandir, on aurait toute liberté de le faire mais c'est pas un objectif parce qu'il faut essayer de garder l'équilibre entre un travail avec les bénévoles et la taille que pourrait avoir l'association mais il faudrait passer à d'autres façons de procéder avec plus de permanents et ça, je pense que personne ne le souhaite. Y a pas de demande de la part du Conseil d'Administration ni des membres. Tout le monde apprécie qu'on en fasse toujours plus… Je n'ai pas d'objectifs de ce type. L'objectif est de rester cohérent et si l'on reste baser sur le bénévolat.

En quoi Aquasistance permet d'assumer une RSE pour SUEZ ?
C'est un point qui m'agace parce que c'est pas évident surtout si on parle de SUEZ ou SUEZ Environnement ou LDE… On est plus près de LDE que de SUEZ Environnement. Par contre on a le support de l'entreprise et je pense que la plus grande fonction de l'entreprise, c'est du développement de ressources humaines, c'est quelque chose que tout le monde aime, c'est un moteur interne. Ca donne un peu de rêve dans ce monde de brut. Que les gens peuvent faire s'ils veulent. Evidemment, dans les rapports de DD, on colle Aquasistance un peu partout mais pour moi, je n'associe pas cette action là à la RSE de l'entreprise. C'est pareil pour le DD. Vu du point de l'entreprise, ça peut être associé mais cela me paraît loin. Je le vois plus en termes de développement de compétences, c'est une action RH même si les RH ne reconnaissent pas vraiment.

Et en termes de développement dans les pays où vous allez ?
Je ne dirais pas qu'on fait du DD, on essaie de faire en sorte que cela tienne dans la durée. On ne peu pas être plus perein que le contexte externe. Par exemple à Haiti, je ne sais pas si on va pouvoir aller au bout du projet étant donné le contexte. On essaie de faire en sorte que ça dure mais on est encore loin du DD. On est là pour des situations à améliorer au mieux. Si on arrive à ce que ça dure, tant mieux. On le vise mais dans les faits, c'est plus difficile.

Par rapport aux femmes, quelle était la proportion de femmes dans Aquasistance ?
Je ne sais pas. Je dirai comme ça, qu'on ne dépasse pas 20%.

Par rapport aux programmes, est-ce que vous ressentez une présence des femmes plus importante que les hommes en tant que cible, initiatrice de projet… ?
En général, les membres d'Aquasistance femmes sont plus motivés, en tous cas, elles en donnent plus l'impression. Sur le terrain, on cherche des gens qui font de la plomberie, des travaux physiques qui sont plus masculins et du coup, les femmes sont dans les fonctions de communication, RH qui reflète le paysage de l'entreprise.
Par rapport à l'animation, c'est donc difficile d'avoir des animateurs hommes et femmes.
Ce serait bien mais concrètement, c'est difficile. Il reste que les fois où on a pu le faire, tout le monde a reconnu que cela apportait un plus car naturellement les femmes viennent me parler et dire des choses qu'elles ne diront pas à un homme. Dans ces cas là, on avait plus d'information que dans d'autres configurations.

Quand on est sur place, avez-vous des dialogues avec les communautés ?
Lorsqu'on bâtit le projet, on discute avec ceux qui ont porté la demande et on leur explique qu'il va falloir un comité de gestion, son rôle et qu'il y est des femmes dans ce comité. Parfois ça marche et parfois non, cela dépend du contexte où l'on se situe. On accompagne la partie de travaux et la formation du comité de gestion pour le suivi du projet, les finances etc.

Vous parliez d'obstacles liés à la culture, lesquels ?
On a l'exemple au Cameroun où les hommes refusaient la participation des femmes et les gens sur place ont donc crée un deuxième comité de gestion où il n'y avait que des femmes… Alors que ce n'était pas forcément la solution. On espère qu'à terme, cela pourra fusionner.

Souvent, ce qui ressort, c'est le poids de la tradition,
Ca se retrouve un peu… Ca dépend car il y a des pays où les gens réagissent de façon très différente. Cela dépend de la perception des gens du comité de gestion. Si l'on attribue une fonction honorifique, il n'y aura que des hommes. Par contre si on leur explique que c'est quelque chose de très opérationnel, alors là, ça laisse la place à l'intervention d'autres.

Est-ce que vous pensez que les femmes ont une conception du DD, puis de l'environnement et enfin, de la gestion de l'eau ?
Alors pour l'eau, je pense que oui forcément parce que c'est vraiment elles qui en sont vraiment responsables pour le foyer. Ce sont elles qui vont envoyer les enfants pour aller chercher l'eau et ce ne sont pas les hommes qui vont s'en occuper. Pour eux, il y a l'eau courante à la maison puisqu'elle est apportée par les femmes donc c'est sur que pour eux, la vision d'un homme ou de la femme en Afrique de l'eau n'est pas du tout la même. C'est justement pour cela que lorsqu'on met en place le projet, on tient à avoir des femmes parce que s'il y a un blocage, ce sont les femmes qui vont chercher à faire pression pour faire avance le projet.

Pensez-vous que les femmes sont porteuses de valeurs différentes de celles des hommes en matière de gestion de l'eau ?
C'est difficile à répondre. Probablement. Elles mesurent mieux ce que ça représente et surtout, le service de l'eau. Et donc forcément sur la valeur de l'eau. Elles comprennent également les impacts sur la santé. Le travail qui a été fait pendant des années et des années a conduit des résultats, c'est rare aujourd'hui de trouver des gens qui n'ont pas conscience du lien. En ce qui est de l'eau potable. Par contre la partie assainissement, le lien n'est pas fait.

Est-ce que vous pensez qu'elles ont conscience du rôle ?
C'est très différent et difficile de répondre. Je dirai qu'en général, il faut les aider à prendre leur place. Surtout dans les comités officiels qui sont fait par les hommes. Si les projets bloquent, comme ce sont les femmes qui débloquent, tout se débloquent en marge des comités, de la sphère publique.

Est-ce qu'il y a des outils ou méthodes particulières pour les aider ?
Il y en aurait sûrement. Qu'on emploie, il n'y en aurait pas beaucoup parce que ce sont souvent les techniciens qui sont sur place. Ces outils, ça porterait sur sociologie, la sensibilisation… Tout ça peut être fait par des gens non techniciens. Je ne suis pas arrivée. Je n'abandonne pas l'idée que ça aboutisse. C'est le problème de nos membres qui sont assez peu portés sur ce qui est sociologie et c'est vraiment un apprentissage à faire depuis le début.

Donc en fait, il faudrait former les gens ici à l'approche genre...
Oui tout à fait et ce n'est pas évident à faire comme ça. Quand on en discute comme ça, c'est évident que les femmes doivent être concernées… Ils ont tous le bon discours mais c'est évident.

En interne justement, par exemple le Terre Bleue, qu'en pensez-vous ?
Je pense qu'il devrait le faire plus souvent.

Pensez-vous que cela ait un impact ?
Moi je pense que oui. Je ne sais pas comment les gens le perçoivent en général. Depuis quelques années, il y a un recul dans les discours féministes car il y a eu une vague pour dire bon il faut arrêter, les gens ne veulent plus en entendre parler. Si on en parle, rien ne va se passer. Pour moi, qu'on en parle mais si ça peut déranger certains, il faut continuer d'en parler. 15% c'est moins que 50% et quand en plus, on sait que ces 15% sont dans des postes réservés.

Beaucoup de personnes la considèrent comme une première initiative, concrètement maintenant, que faudrait-il faire ?
Une chose que les Français détestent c'est de la discrimination positive comme il faut le faire pour les handicapés, il faut le faire pour les femmes. Il faut obliger à avoir tel pourcentage sinon on va continuer à dire sans faire.

Avez-vous souffert de manque de reconnaissance
Oui. Sûrement mais je me suis blindée. Maintenant, je commence à avoir l'expérience et cela ne me touche plus. Je ne m'en occupe plus. Par contre des choses me surprennent encore. Par exemple, quand je suis allée à Manille, il y avait 50% de femmes, ce qui était d'autant plus surprenant qu'il s'agissait d'assainissement.

A quoi cela est lié selon vous ? La culture, une volonté politique ?
Je pense que ça se retrouvait dans plusieurs niveaux de la société et cela semble normal. Les gens sont habitués et c'est plus simple sur beaucoup de choses. Quand on revient ici, on se rend compte de la différence. Il y a encore des blocages, cela se voit vraiment quand on est en réunion.
Il faudrait interroger véritablement les ressources humaines sur pourquoi il n'arrive pas à recruter des femmes ou pourquoi les femmes ne sont pas à des postes de direction… Elles s'excusent souvent en disant que les femmes ont pris des congés de maternité et elles prennent un retard par la suite mais pour moi, l'explication n'est pas suffisante. Il y a une volonté des entreprises qui vont se donner les chances pour le faire, donc c'est une question de volonté. Ce qui manque aussi beaucoup, ce sont les relations hors maison, les réseaux que l'on créé en dehors du travail. Les femmes n'ont pas les chances pour y entrer notamment les réseaux de grandes écoles. Si on n'est pas dans les bons réseaux dès le début, on devient vite hors circuit.

Eau et femme, quelle est votre réaction naturelle à ces deux mots ?
Responsabilité. Les femmes ont la responsabilité de l'eau et elles devraient en avoir la responsabilité.

Et en termes symboliques ?
Je ne suis pas très portée sur ce genre d'aspects. Cela ne me dit rien.

Quels sont vos liens avec le programme Eau pour tous ?
On n'intervient pas sur les mêmes secteurs géographiques. Eau pour tous dépend du contrat de l'entreprise et nous, sommes hors contrat dans le rural. Je fais néanmoins partie du comité de pilotage de Eau pour tous pour repérer éventuellement des projets. On est proche dans le thème mais pas dans la pratique.

En quoi Aquasistance est lié au MDG ?
Cela me fait rire car encore cette année on m'a demandé combien de personnes Aquasistance à raccorder et si on additionnait les chiffres de tout le monde, je crois qu'on aurait fini les MDG… Pourtant il y a toujours 1 milliard de personnes sans accès à l'eau. Disons que l'on contribue à notre petit niveau à favoriser l'accès. En termes de chiffres, c'est dérisoire par rapport aux besoins.

Avez-vous des liens avec les ONG ?
Très peu. On travaille avec des volontaires de NU qui parfois nous emmènent dans des projets PNUD mais avec l'UNICEF ou l'UNESCO, on n'a jamais travaillé. Ce sont des collaborations rares car c'est compliqué, c'est lourd et ça ne correspond pas non plus trop à notre façon de procéder. Dans de nombreux

cas, les projets UNESCO ou autres ont besoin de beaucoup papier et nos volontaires sont des bénévoles qui ne veulent qu'une chose, c'est agir, ils veulent avoir du concret, c'est pour quand ils partent, ils aient réussi à trouver des solutions… Quand j'ai des projets papier, j'ai plus de mal à trouver des volontaires.

Tableau
1 – (genre) 0
2 – (rôle femme gestion) 5
3 – (pragmatique DD) 5
4 – (sensibilité protection eau) 5
5 – (gestion eau / femme) 5
6 – (transmission) 5

Conclusion, je suis féministe.

Je vais à Lydec, pouvez-vous me parler du Projet Bayti ?
C'est un projet long qui a commencé bien avant que je n'arrive. Bayti est une association marocaine qui s'occupe des enfants de la rue à Casablanca, ils ont des locaux à Casa et permettent aux enfants de la rue de venir dans ces établissements pour ensuite réintégrer le système d'identification etc. Le projet ciblait les adolescents et qui se trouvait à l'extérieur de la ville pour pouvoir les isoler de leurs mauvaises fréquentations, de la drogue et de leur donner une formation. Tout a commencé environ en 2000. Cela a été long car les gens autour du terrain choisi ont refusé l'installation car ils ont eu peur de voir débarquer des drogués etc. On a eu beaucoup de difficultés à trouver un terrain. On a commencé les travaux en 2003. C'était un grand terrain sans rien. Bayti s'est occupé de la construction, nous avons pris en charge l'eau potable, l'irrigation, l'assainissement, déchets et Aquasistance Maroc s'est chargée de l'électricité. Pour tout ce qui était cultures, on a été cherché la participation de LAMDAL, l'office du territoire agricole ou quelque chose comme ça, qui nous a conseillé sur quelles cultures nous pouvions faire car nous ne savions pas vraiment quoi faire en termes de plan de cultures, d'exploitation des sols. Le projet a été terminé l'année dernière. Les panneaux réalisés devaient servir à un local pour sensibiliser à l'eau et l'environnement. Ils permettent de renseigner les visiteurs et on a formé également, les animateurs et les ados présents pour qu'ils puissent donner de l'information aux visiteurs et aux groupes en donnant un discours cohérent.
Pour le Maroc, c'est Aquasistance Maroc qui est en charge des projets.

Avez-vous des conseils et des commentaires sur ces sujets ?
Qu'allez-vous faire à Lydec ?

Réponse.
Ce serait intéressant d'avoir des supports avant et après un projet d'eau que l'on pourrait utiliser.

21. Mathieu LECORRE, Ingénieur Aquasistance, SUEZ Environnement

Depuis quand existe Aquasistance ?
C'est une association 1901 qui est née suite à la demande du gouvernement en 1994. Elle propose des missions qui entrent dans les compétences de Lyonnaise des Eaux sur l'eau, l'assainissement, les déchets et qui est sur la base du volontariat des employés. Elle regroupe 600 adhérents.

Quels sont les projets d'Aquasistance ?
Les projets proviennent de demandes du terrain. Pour chaque projet, l'enjeu est d'avoir des partenaires locaux comme les ONG locales, les municipalités, etc. Pour chaque projet, Aquasistance apporte son soutien technique. Elle privilégie des actions liées à l'eau et où elle peut apporter des compétences techniques : tuyau, génie civil… De temps en temps, des missions sont ciblées sur la sensibilisation des populations pour limiter le gaspillage de la ressource.

Quel lien observez-vous entre « eau et femmes » ?
Les femmes fonctionnent au cœur de l'univers domestique. Elles sont les responsables de l'approvisionnement en eau du foyer. C'est de fait très important de le prendre en compte. Dans le cadre de nos activités, nous apportons l'eau à un territoire, on peut éventuellement intervenir dans le domaine du conseil, avoir un rôle dans l'évolution des mentalités. Dans ce cas-là, c'est important d'avoir des animateurs et des animatrices.
De mon expérience, on voit qu'il y a un enjeu au niveau de l'arène publique et privée. Dans les milieux ruraux, le regard est très important, la femme ne doit pas prendre la parole.
Ce qui est risqué dans le cadre de ce genre d'actions, c'est de s'attaquer à des domaines de pratiques traditionnelles très ancrées et de vouloir changer les choses par le discours. On peut choquer ou imposer des choses qui n'ont pas à l'être.

22. Jacques Labre, Directeur des Relations Institutionnelles, SUEZ Environnement

[Explication du sujet de thèse]
A Lydec, il faudra rencontrer les responsables d'Almae. Ils ont un projet qui s'intéresse à la thématique de « Eau, Femme et Santé ». Cette association est dirigée par Houria Tazi-Sadeq, c'est une association militante qui se consacre aux droits de l'homme, c'est une militante genre qui fait partie du Conseil Mondial de l'Eau. Elle a produit plusieurs travaux sur le sujet suite au forum mondial de Mexico. Cette association est un médiateur entre Lydec, Suez Environnement et la société civile. Almae est un partenaire de SUEZ Environnement depuis 2005, elle nous permet de promouvoir des actions locales dans les douars. Almae travaille plus particulièrement sur le douar de Bin Abid. Son action a conduit à faire un état des lieux sur la situation de la communauté et d'obtenir de l'information sur la problématique eau et assainissement. Si je me souviens bien, Almae a produit des travaux à partir des travaux d'étudiants qui ont cherché des informations sur l'eau, l'assainissement, de la santé et les médicaments à distribuer. Nous avons développé un partenariat à partir de ces éléments sur l'eau et la santé.

Quelle est la place de la femme dans l'entreprise SUEZ ?
On est dans une maison pleine de paradoxes. Depuis plus de 15 ans que je suis dans ce groupe, ce qui nous lie, c'est notre culture d'ingénieurs français… En tous les cas, c'est le discours DRH qui était promu il y a 15 ans car traditionnellement, il y avait peu de femmes ingénieurs. C'est à partir de l'accès de femme à des postes de direction que le changement s'est installé. Il y a eu notamment Christine Morin-Postel qui a travaillé pour le développement international et qui a permis de promouvoir le nombre d'employés à l'étranger. Elle a joué un rôle essentiel dans le groupe. D'une manière traditionnelle, c'est un cas exceptionnel, il y a peu de femmes dans notre métier, dans les métiers des processus technique, BTP… Les femmes sont plus généralement présentes dans le domaine de la chimie qui se traduit par plus de femmes au CIRSEE, à la DORE.

Pensez-vous que cela puisse évoluer ?
Oui. Cela a déjà évolué. Il y a une vraie tendance vers l'équilibre à travers la féminisation des fonctions opérationnelles comme la clientèle et les fonctions plus traditionnellement féminine comme la communication, l'administration, des ressources humaines. Il a eu également une évolution qui a montré les impacts sociaux de notre activité, de prendre en compte les parties prenantes et de valoriser les femmes dans nos métiers. Cela reste difficile néanmoins de promouvoir leur place dans l'entreprise, certaines fonctions demandent un choix de vie difficile comme la souplesse, l'exploitation quasi militaire sur le site… Il y a tout un poids culturel qui joue sur les relations au sein de l'entreprise

Au sein de Lyonnaise des eaux, pensez-vous que les femmes puissent souffrir d'un manque de reconnaissance ?
A mon sens, cela dépend de la frustration et de l'individu. Pour moi, il n'y a pas d'exemples de femmes qui se sont plaintes… Bien sûr qu'on a entendu des exemples de jeunes femmes qui ont joué de leurs atouts sous Monod, mais il y a eu un souci de DRH de garder un environnement équilibré au sein de Lyonnaise des Eaux.

Que pensez-vous du magazine Terre Bleue ?
Cela montre l'attention de l'entreprise à promouvoir plus d'égalité des chances et de s'intégrer à une démarche de Développement Durable. L'égalité est un des indicateurs qui permet de mesurer l'évolution sociale de l'entreprise. Ce n'est pas seulement une question de communication, c'est une démarche d'ensemble qui prend du temps pour changer les conceptions.

Pensez-vous qu'il y a une conception particulière de l'eau et la femme ?
Le facteur individuel est plus important dans ce cas-là. Il n'y a pas de compétences particulières selon moi, mais la femme est directement concernée par l'assainissement et l'eau dans le foyer. Ce n'est pas la problématique centrale dans une entreprise, mais des parties de l'activité de l'entreprise sont concernées notamment les projets menés par Alain Mathys. Sur ce sujet, il ne faut pas tirer de conclusions hâtives. La

relation féminine entre eau et la femme est vrai en termes poétiques, mais sinon, il y a un vrai risques de tomber dans un discours tarte à la crème.

Quelle est la contribution de Suez Environnement aux MDGs ?
A la fin des années 90, nous avons connu une expansion rapide de son activité « eau » au niveau international. Cette activité s'est rétractée depuis récemment. L'activité internationale de SUEZ est basée sur les principes de PPP, il s'agit de contribuer à l'amélioration à l'accès à l'eau. Elle ne s'est pas diffusée plus rapidement pour des raisons politiques, du lobby des travailleurs de SP ou des idéologies contre le secteur privé, ce qui a limité l'accès à l'eau. Après le 11 septembre, le clivage entre ceux qui ont accès à l'eau et ceux qui n'ont pas l'accès à l'eau est un facteur déstabilisant. Les médias soulignent l'absence de ressource en eau comme un facteur de clivage Nord et Sud qui se fait au niveau du service. La position de Suez a été lancée avec La Bataille de l'eau pour faire connaître le PPP et les succès des contrats dans les pays du Sud. Cet appel a été publié dans Le Monde, il a contribué à l'augmentation de la problématique de l'eau, de développer l'accès à l'eau en priorité. La poussée des alter mondialistes a contribué à faire des entreprises privées comme des cibles. Dans cette configuration, l'entreprise s'est rétractée. Aujourd'hui, la question est de savoir comment valoriser l'eau et l'assainissement pour promouvoir l'accès pour tous. Il s'agit de mettre en avant l'expertiser de l'entreprise pour garantir sa pérennité et le fait qu'elle soit acceptée par la société. L'entreprise n'a pas de responsabilité au niveau mondial.

Le Maroc est un exemple de PPP n'est-ce pas ?
Casablanca est un exemple de PPP en effet. On a un mandat, l'accès à l'eau fait partie de notre responsabilité et de notre contribution aux MDGs. Dans le cas de Lydec, il y avait des zones illégales dans le contrat de Casablanca qui ont été bouleversées par l'INDH. Cette politique a obligé Lydec à étendre des services sur des zones où il existe des obstacles administratifs. Nous avons à gérer de nouveaux usagers de l'eau dans des quartiers traditionnellement exclus. Le principe est de faire payer les nouveaux habitants le coût du raccordement, pour garantir un prix raisonnable, cette négociation doit se faire avec un accord du gouvernement. Avec la signature du contrat Aguas de Argentina a été signé, le prix de l'eau a un peu augmenté, ce qui a permis d'augmenter le nombre de personnes raccordées. En Bolivie, le contexte a été très difficile notamment à Cocha Bomba, il n'était pas question de prix de l'eau, mais il a contribué à augmenter le prix de raccordement A Casablanca, il n'est pas question d'augmenter le prix de l'eau pour financer les 800.000 personnes en plus. La tarification de l'eau est un sujet très sensible, la voie de l'opérateur privé est mal perçue. L'intérêt de SUEZ est d'être témoin de multiples situations dans le monde.

Pouvez-vous me parler du partenariat avec l'UNESCO ?
Cette convention a été signée par G. Mestrallet et la Chaire de l'UNESCO-IHE. Un des cas concrets est celui de l'Ecosse où le programme a pour but d'établir l'état des lieux des pratiques des opérateurs privés et des opérateurs publics pour souligner la transparence des pratiques sur les contrats et les exercices du contrat.

Quelle est la place du programme « accès à pour tous » dans cette perspective ?
Ce programme permet de trouver des interlocuteurs dans les communautés et il est vrai qu'il s'agit en majorité, de femmes. Cela dépend du contexte, l'accès à l'eau est un sujet intime dans le ménage et avec l'accès à l'eau, une femme peut plus avoir accès à la communauté. Ce programme permet la prise de conscience des populations du rôle qu'elles peuvent jouer. Le rôle de SUEZ Environnement est de faire son travail, de rester modeste et de communiquer sur nos messages, notamment sur les bonnes pratiques. On ne peut pas se substituer aux gouvernements, à la société civile… Ce n'est pas à nous d'attirer l'attention sur ce genre de sujet.

Que connaissez-vous de l'approche genre ?
Il faut rappeler que cette notion a été développée par la Banque Mondiale. Qu'est-ce que cela apporte à Suez ? En matière de gestion clientèle, le positionnement Homme et Femme permet de mieux comprendre la relation à la facture, à différentes activités liées à l'eau comme la pêche. Les goûteurs de l'eau sont par exemple le plus souvent un panel de femmes.

Il faut éviter la généralisation sur SUEZ et bien prendre en compte la culture de l'entreprise comme la culture de la filiale. Il est important d'intégrer le contexte local pour comprendre les actions à mener et s'adapter pour répondre aux besoins de la population.

23. Dominique Pin, Directeur du Développement Durable et des relations institutionnelles, SUEZ Environnement

Quelle est la place de la femme dans SUEZ Environnement ? Que pensez-vous du magazine Terre Bleue ?
Ces préoccupations sont liées à la tradition de notre métier. Il faut se référer au travail de C. Morin Postel qui a eu la volonté de poser la question au niveau des métiers de l'eau et l'assainissement. Cela s'est poursuivi à travers l'établissement d'une « Road map » qui a inscrit des démarches pour mesurer les progrès réalisés. Nous avons lancé une démarche pour la diversité afin de promouvoir la représentativité des populations et des minorités au sein de l'entreprise.

Quel est le rapport avec la politique de Développement Durable ?
Il s'agit de promouvoir une politique d'accès égal pour l'ensemble des populations pour l'accès au travail. L'accès au travail est traditionnellement une problématique européenne, il s'agit de garantir l'égalité des salaires, des responsabilités, etc. Un des enjeux est de garantir le respect entre carrière et vie personnelle, il faut trouver des moyens d'accompagner des choix de vie tout en laissant la chance à chacun de choisir en toute conscience.

Quelles sont les autres mesures ?
La Road Map aide à accompagner un changement de mentalités. C'est un support de communication qui accompagne pour dire les mesures. Concrètement, il faut déployer des moyens pour amener aux changements comme le temps partiel, l'accès à la garderie… Il s'agit de faciliter la vie concrète de nos employés. Dans la conception de Développement Durable, il y a une interaction tr§s forte entre les femmes et le concept de Développement Durable. Pour garantir la réussite d'une politique Développement Durable, il faut garder la mixité pour avoir des éclairages différents et mieux progresser.

Que pensez-vous d'une approche « eau et femme » ?
C'est une variable sociale dont l'analyse doit être plus fine. En France, cette approche n'est pas vraiment une question alors que dans les PED, l'approche « eau et femme » joue rôle important dans les communautés notamment en Amérique Latine et en Afrique comme la corvée d'eau et d'assainissement. Au Maroc, le travail d'Almae a permis la réduction de maladies en partenariat avec l'entreprise privée. Il ne s'agit pas de questionner s'il s'agit d'une entreprise privée ou publique, le rôle est de garantir la desserte en eau. Il y a eu beaucoup de critiques du secteur privé par les ONGs Alter, il s'agit de prouver l'inefficacité du contrat signé ou le contraire. Dans ce cadre, la relation clientèle est essentielle. Il s'agit de promouvoir des conseils, de la pédagogie auprès des usagers… Il est essentiel, de connaître le terrain, de baser l'apprentissage sur le terrain et de formaliser sur l'aspect social de l'accès à l'eau. Il faut se fonder sur le rôle de la communauté et de s'y associer pour garantir le succès de l'accès à l'eau sur le terrain.

Tableau
1 - 5
2 – 4
3 - 4
4 – C'est une conception philosophique sur la vie – 3
5 – 0
6 - 4

Il faut avoir une vision pragmatique de l'accès à l'eau.
Pensez-vous qu'il y a des valeurs particulières à des femmes à l'accès à l'eau ?
Dans la pratique, il y a des comportements différents. On ne peut pas tirer des conclusions globales sur ce sujet. On peut néanmoins noter que les prises de parole sont plus féminines. Pourquoi ? La réflexion n'est pas aboutie, mais prenez l'exemple de Danielle Mitterrand, il y a un combat pour la vie qui est basé sur des moteurs conscients et inconscients. Evidemment, le discours est très politique, mais cette prise de position féminine est tournée vers l'eau… Il y a un rapport à l'usage, un rapport d'usager qui suppose un lien indirect entre les femmes et l'eau.

24. Pascale GUIFFANT, Chargée de projet aux Relations Institutionnelles, SUEZ Environnement

Description du poste
Accompagnement des programmes d'accès à l'eau, aspects DD, rencontres institutionnelles… Je voulais savoir si vous aviez d'autres terrains.

Pour l'instant, je reste sur le Maroc. Je pensais éventuellement au Brésil ou un autre en Afrique du Nord pour comparer mais cela va dépendre des résultats du premier terrain.
Qui est votre contact à Lydec ?

Bouchra Ghiati. Elle m'a présenté le projet avec des aspects Eau et femme, et le but serait de faire des recommandations sur ces sujets.
Donc vous serez rattachée à Bouchra.

Oui.
Je travaille sur Lydec et Alger essentiellement. J'imagine que Bouchra vous a présenté le projet INMAE.

Elle m'a présenté des problèmes de concurrence avec l'ONEP, que la thématique de mon travail pouvait l'intéresser pour ce dossier. Il y avait également un travail à faire pour faire des supports pédagogiques car il y a un manque à ce niveau-là. Mais elle n'a pas eu le temps de me présenter le projet.
Souhaitez-vous que je vous fasse un point sur INMAE ?

Oui, cela m'aiderait.
Alors INMAE est une direction de Lydec qui s'occupe d'un projet qui s'appelle l'INDH. Une initiative qui est issue d'un discours de Mohammed VI de 2005 où il dit qu'il est temps que le Maroc donne accès aux services de base à sa population. Lydec, sur son territoire de concession qui soit urbain ou rural a signé une convention avec la Wilaya de Casablanca pour développer l'accès à l'eau et l'assainissement pour l'ensemble de cette population sachant que cette population, elle se situe pour la plus grande partie sur des zones qui étaient considérées avant comme des zones d'habitation informelles et où il n'était pas possible de développer l'accès aux services car la politique précédente était l'éradication des bidonvilles et dans certains cas, de la restructuration in site pour quelques cas très particuliers. Lydec dans son historique qui est assez ancien et quand on a signé le contrat en 1997, une des choses qui a été identifiée et qui représentait un danger était les piquages sur les réseaux d'électricité et une partie de ces piquages venaient des zones informelles, des bidonvilles où les gens se raccordaient parce qu'ils avaient besoin de créer une activité informelle etc. Cela représentait un danger mortel et Lydec c'est dit nous, pour la société, cela représente des perturbations techniques, un risque sécuritaire avec un travail à faire pour rationaliser tout ça… De voir comment connecter ces gens, trouver des solutions dans chaque délégation. Ce qu'il faut savoir sur le périmètre de Lydec, c'est qu'il porte uniquement sur la zone urbaine pas sur l'ensemble de la concession eau et assainissement, le territoire est un peu plus petit. Une des premières réactions des autorités a été de dire, attention nous, ce ne sont pas des zones que l'on souhaite conserver, ce sont des zones que l'on souhaite éradiquer donc, si vous avez besoin de développer des solutions, il faut développer des solutions temporaires car on ne veut pas que les gens croient qu'on les pérennise. Le système qui a été adopté était de mettre un représentant tête de rue qui lui gère l'ensemble de la distribution, facturation et les problèmes techniques de la rue. C'était un système mixte mi collectif mi individuel avec un référencement des gens, cela a permis d'électrifier l'ensemble des bidonvilles en expliquant bien que tout cela était temporaire. Tout ça est comme même plus facile à faire dans la mesure où il s'agit de l'électricité car cela demande moins de moyens que ça ne l'est pour l'eau et l'assainissement. Du coup, ce projet a rencontré beaucoup de succès et on a eu un développement de l'électricité sur quasi tous les bidonvilles de la concession de Lydec. De fait, Lydec a développé une connaissance de ces zones autant sur le plan géographique, urbanistique que sur le plan des pratiques, des ressources de ces personnes, des habitudes, etc. Et aussi du contact, tout le programme s'est fait avec les habitants parce que le choix des représentants de rue s'est fait avec les habitants. Il y a donc un montage du projet avec les collectivités locales qui étaient également d'accord pour avancer de ce projet et qui a permis à Lydec d'acquérir une expérience qui est

non négligeable. Ensuite, s'est posé la question de l'eau et l'assainissement. Dans les zones plus pauvres de Casa, il y a des bornes fontaines car culturellement au Maroc, il y a des BF et les municipalités paient pour ces BF. Dans la réalité, les municipalités ne paient pas toujours parce qu'elles ont des dettes, des dépenses, 10 000 raisons. Toujours est-il, il y a des BF existantes. Il y a ces zones et est-ce qu'on capable de faire des choses et si on peut faire quelque chose, il faut qu'on est un diagnostic clair de ce que ça représente. Un diagnostic sur les populations que ça représente, quelles sont les pratiques des gens, leur capacité de payer, leur demande par rapport service d'eau et d'assainissement, de faire tout un travail d'analyse sur ces questions là. Et après sur les questions de genre qui prend les décisions, quelles sont les pratiques des femmes et des hommes sur les questions de l'eau, qui prend du temps… Tous ces aspects là doivent passer par une phase d'analyse. Quand l'INDH est sortie, ils avaient déjà un état des lieux assez exhaustif de la situation et de mieux savoir où ils allaient. Toujours est-il que ce projet INDH est un projet énorme parce que ça représente 20% de la population de Casablanca, ça représente des investissements très importants notamment sur la zone rurale parce qu'il faut développer des réseaux primaires et secondaires. Pour ce faire, il y a une équipe dédiée qui a été formée avec évidemment des gens issus de l'électrification et des gens qui s'étaient intéressés à l'eau et l'assainissement et cette équipe est dirigée par Othman Bekkari. Dans cette équipe, il y a plusieurs choses. Y a tout l'aspect planification des projets, des réflexions sur l'adaptation des standards techniques et l'équipe de Maîtrise sociale qui est une équipe de 40 personnes qui est dirigée par Ingrid Pechell. Eux tout le travail est de faire le lien avec les habitants, de monter les projets avec eux, de faire les réunions communautaires, de signer des conventions. Ils ont donc une connaissance du terrain, des habitudes, de la façon dont les choses sont gérées… Car c'est très varié. On a les bidonvilles anciens où les gens sont là depuis 50-60 ans, on a la zone périphérique et périurbaine où il y a eu une invasion où les gens se sont installés de façon désordonnée. Ce sont des immenses villes avec 10 000 habitants. Et enfin les zones rurales avec des petits îlots. On a culturellement des choses très différentes parce qu'on a une population très urbaine qui est là depuis un certain temps, qui a accès à des BF assez proches. Dans le cas des périurbains, ce sont des accès aux services plus limités et enfin dans le rural, c'est le puits, la latrine. On a de vraies différences de perceptions, de rôle de la femme et des niveaux d'implication de la femme très différentes. Toute la connaissance terrain, c'est eux qui l'ont. Il existe aussi chez Lydec, il y a eu beaucoup d'études sociologiques notamment Alain Morel à l'Huissier qui a fait une analyse de la demande sur Casablanca commissionnée par l'AFD.
Ca c'est le projet INMAE en résumé.

Commentaires sur la démarche thèse, réunion à Casablanca.
C'est vrai que les travaux sur les aspects sociaux manquent.
Sur l'intervention à INMAE
On intervient à INMAE sur les aspects d'ingénierie sociale. On travaille sur un ensemble de choses, la méthodologie, les processus d'évaluation… Donc on y est envoyé assez souvent.
Par rapport à la problématique des femmes, pour vous, la porte d'entrée sera INMAE. Je pense notamment à deux personnes qui sont là depuis longtemps qui ont connu l'électrification.

La problématique genre dans ce processus
La problématique genre s'inclut d'elle-même. Ce qui est sûr, ce sont les femmes qui gèrent la corvée d'eau, le nettoyage, la lessive, ce sont elles qui sont touchées par les problèmes d'assainissement, de latrine… Même si c'est moins fort au Maroc que dans d'autres pays d'Afrique. Ce sont des aspects comme le fait qu'il n'y ait pas d'intimité est très présent.
Dans notre projet, on n'a pas d'orientation genre spécifique. Il y a des communautés où il y aura que des femmes qui vont s'impliquer dans les projets et dans d'autres communautés, ça ne sera que des hommes, c'est souvent très dépendant. Il y a deux choses. Le pouvoir que cela peut représenter d'être dans le comité, si c'est une marque de pouvoir et de reconnaissance, les hommes seront là. Ensuite, ça dépend du taux d'emplois. Là je parle en général. Si les hommes travaillent, ils n'auront pas le temps de s'en occuper. Ce qu'on observe c'est qu'au sein des ménages, c'est quand il y a un choix de services à faire, ce qu'on a observé, les femmes ont un poids prépondérant sur ce choix pour les raisons que l'on a dites, car c'est elle qui passe du temps à aller chercher l'eau, c'est elle qui nettoie le linge, la maison. Cela représente pour elle, des choix de temps qui sont très important et pour elle, quand il y a un choix de services, sa parole est plutôt valorisée au sein des ménages. Après, cela dépend des ménages des questions de jeux de pouvoir,

des questions d'apparence et on entre sur des aspects culturels très spécifiques où l'on n'aura pas du tout la même chose en Afrique ou au Maroc. N'ayant pas fait d'études genre, on ne peut pas creuser les choses, c'est seulement issue de l'expérience de terrain. Après, on avait fait une évaluation sur l'impact de l'arrivée des services. On l'a vu à Manaus à travers des entretiens, c'était de voir comment les femmes ont réinvesti le temps qu'elles ont gagné pour se former et avec l'objectif de travailler ou alors pour se former à l'artisanat, il y avait l'idée de dire ce temps sert à me former pour avoir un salaire supplémentaire. Derrière il y a la recherche d'une nouvelle autonomie qui soit financière et qui soit également de l'ordre de la décision. C'était assez intéressant et j'avais été surprise. D'autres disaient également, j'ai plus de temps pour m'occuper de mes enfants, de nettoyer la maison ou encore, de s'investir dans des communautés de quartier. Ce qu'elles ont fait, elles ont continué avec l'ONG, elles ont consacré leur temps pour développer la communauté. Donc on a vraiment comme même, des initiatives différentes. L'autre partie a été l'amélioration de la qualité de vie pour la femme en tant que régisseuse, gestionnaire de sa famille parce que sur des questions de santé, de disponibilité d'eau, il y avait une reconnaissance de ce confort de vie pour elles qui était très importante. On l'a observé de manière assez naturelle sans l'avoir provoqué. C'est sur que l'impact va être plus ou moins fort selon le service qui est apporté. Un indicateur intéressant, c'est par le biais des femmes qu'on arrive à avoir l'impact sur la santé des enfants car c'est elles qui s'en occupent. C'est par elles qu'on sait les maladies existantes, celles qui se sont améliorées… L'important dans tout ça, suivant les types d'accès qu'il y a, une partie des tâches est la plupart du temps dédiés aux femmes et d'autres, la plupart du temps dédiée aux hommes. Ce qui est important c'est d'avoir des focus avec les femmes et les hommes pour comprendre les enjeux culturels, décisionnels.

Au niveau du Maroc, où en est le projet ?
Il est planifié et il y a des travaux qui ont commencé. Ils le font quartiers par quartiers donc pour certains quartiers, il y a eu le processus d'analyse, de consultation etc. Et ensuite on déroule les travaux et il y a un accompagnement pendant toute la durée du projet. Il y a un avant, pendant et après. Au niveau méthodologie, on passe souvent par réunion communautaire. Ensuite, on passe par des focus groupes, des enquêtes individuelles auprès des ménages de Casablanca. Mais après la MOS utilise encore l'enquête ménage pour avoir des informations sur les ménages et surtout, il y a accompagnement du projet avec signatures de conventions, des comités avec les personnes cibles. C'est important de formaliser les accords entre la communauté, les pouvoirs publics et nous. Parce qu'il ne faut pas oublier que ce sont des zones qui ont longtemps été exclues et qui ont vécu longtemps dans l'informalité et que donc il n'est pas question quand on arrive sur ce chemin là, de noter, de formaliser l'accord avec eux qui montre une forme de respect.
Au Maroc, la culture est assez verbale, c'est très particulier et c'est indispensable. Effectivement, les cultures diffèrent sur la culture du contrat, la formalisation est de montrer que chacun a des droits et des devoirs, cela permet de fixer le projet dans un processus concret et pas seulement institutionnel.

Pour s'adresser aux femmes ou aux hommes, avez-vous des outils notamment en matière de sensibilisation ?
Alors le problème de la sensibilisation, c'est qu'il n'y a pas de recettes toutes faites. Sur la sensibilisation, il y a un processus d'analyse important pour savoir où on en est. Dans ce processus, il est important parfois d'avoir accès uniquement aux femmes puis uniquement aux hommes. Au Maroc, je ne peux m'avancer car on n'en est pas au stade de sensibilisation mais je pense qu'il y aura certains sujets dont on ne pourra parler qu'avec des femmes. Mais ce type de sujet, dans les programmes de sensibilisation, quelle que soit les méthodes que l'on prenne, ce qui est important, qui est le critère de décision. Et seulement le terrain peut le dire. Si on ne prend pas en considération quelle est aujourd'hui la situation et comment atteindre les objectifs. La sensibilisation peut passer par d'autres canaux par les écoles, les centres de santé et nous pouvons apporter un appui en termes de supports de communication, d'intervention, de visites de nos sites… C'est toujours intéressant et qui sort du scope des bidonvilles. Ca serait pour tous les casablancais.

D'après votre expérience de terrain, est-ce que la femme a conscience du rôle qu'elle a joué ?
Oui. Parce que c'est elle qui porte les seaux. Après, je pense qu'il ne faut pas se tromper, les moyens qu'elle a de se faire entendre sont différents selon les contextes. Il faudrait demander à un marocain ou une marocaine pour identifier les mécanismes utilisés. Je pense néanmoins qu'elles ont conscience de leur rôle,

qui est la personne la plus impactée par l'arrivée des services c'est-à-dire, les enfants. La place qu'elles ont dans la gestion, elles le savent. Maintenant est-ce qu'elles ont l'espace pour l'exprimer, ce n'est pas à l'entreprise de le faire. Mais en même temps, si l'entreprise n'offre pas un service en adaptation avec ses clients et ses clients c'est un ménage avec une femme et un homme, des enfants, il y a un risque de non appropriation du service. Dans ces cas là, on a un rôle d'organiser des réunions communautaires, de la valider dans des focus groupe. Mais on ne peut pas non plus mettre les hommes et les femmes en antagonisme. Il faut faire attention à ne pas tomber dans un rôle qui n'est pas le nôtre tout en gardant en conscience qu'il y a des hommes et des femmes qui doivent s'exprimer. Au Maroc, il y a peu de femmes mais il faut se garder de tout jugement parce que le mécanisme de décision passe par le foyer et que l'on ne sait pas ce qui se passe dans le foyer. C'est le ménage qui parle. Donc c'est cette sensibilité, cette précision qu'il faut être capable d'analyser pour vraiment savoir quel est le rôle de la femme dans ce processus. Il faut voir Janique qui pourra vous donner des informations sur ce sujet. Il y a différents niveaux de représentations de la femme dans l'accès aux services et que cela se passe dans les ménages et là, c'est tout de même plus difficile à déterminer.

Par rapport au processus de genre, quel est le rôle de l'association ? Peut-elle plus pénétrer le tissu social qu'une entreprise ?
Alors si on prend l'exemple de la MOS, ce sont des personnes qui sont là tous les jours, qui sont vraiment intégrés dans le quartier… Au sein même de l'entreprise, on a des personnes qui sont très bien intégrées et avec qui on pourrait parler de ces questions de genre. Donc on est tout aussi intégré. Après la différence avec l'association, c'est le périmètre, la taille, l'activité et donc là, on n'est plus du tout sur les mêmes registres, les mandats. Nous on a un mandat de délégation de service public et pas un mandat de développement sauf que le développement des services, on contribue au développement. Est-ce que sur le genre, l'entreprise a moins d'impacts que l'association ? Je ne suis pas sûre c'est-à-dire, ça dépend. Sur l'eau et l'assainissement, je ne crois pas que l'ONG ou l'association ait plus d'opportunités d'entrer dans le ménage que l'entreprise.
Dans tous les cas, il faut faire attention à ne pas arriver avec nos idées convenues qui sont que la femme est opprimée etc. Après est-ce qu'elle est plus présente sur le terrain ? C'est pareil. IL y a des terrains où elles mettent un puits puis elles s'en vont et d'autres, elles sont présentes tout le temps. C'est vrai par contre quand on parle de genre, pour moi, sur la question des services, on entre dans la sphère privée du ménage et ça, c'est très compliqué. Après si on est une association et qu'on fait du soutien en développant des activités génératrices de revenus et qu'on cible plus particulièrement les femmes, là oui. Là on a une vraie une possibilité d'action sur la partie professionnelle, autonomie, indépendance financière, décision par la femme… Là on touche à quelque chose plus simple d'analyse que ne l'est la sphère privée et le ménage. Dans ces cas là, l'association a un rôle plus important. Au niveau de l'entreprise, on peut alors agir en employant des femmes par exemple.

Tableau
1 – (gestion locale) 4
2 – (lien DD) 3
Je ne pense que cela soit très lié
3 – (sensibilité) 3
4 – 4
5 – 5

Quel est le lien entre les femmes et le DD ? Selon vous, ont-elles une conception particulière du DD ?
Je ne suis pas très d'accord avec ça. Pour moi le DD… A mon avis quand on sort ce genre de truc c'est qu'on voit la femme comme la garante de l'évolution par le biais de la maternité etc. Donc du coup un développement plus durable. Aujourd'hui très concrètement, je ne pense pas que ce soit une question qui soit liée au genre. Oui, on peut effectivement revenir aux fonctions de l'homme et la femme depuis la préhistoire et comprendre les rôles aujourd'hui. Toujours est-il qu'aujourd'hui, on est dans un monde où chacun essaie de faire comme on peut sur cette thématique et qu'on soit un homme ou une femme, on a des idées arrêtées sur ce qu'est l'économie, le social et l'environnement. Je ne suis pas totalement d'accord avec ça. Alors historiquement, on a plus orienté les femmes vers la sociologie, les sciences molles que vers

les sciences dures. Et ce qu'on oublie dans le DD, c'est qu'il y a économie, environnement et donc plus de technicité et donc des matières historiquement et traditionnellement, plus masculine que d'autre. Il y a comme même un aspect important c'est que dans les pays du Nord, il y a une vision plus déformée de dire que les femmes sont plus en charge du DD que les hommes. Aujourd'hui peut-être pas au niveau des salaires, des fonctions, du pouvoir, mais au niveau de l'accès à l'information on arrive à une situation les hommes et les femmes peuvent se faire leur opinion tout seul. Et on se dégage de plus en plus des fonctions de loisir et non plus de subsistance. Il faut dire comme même que l'environnement et l'écologie sont parfois un luxe qu'il ne faut pas oublier. Quand on n'a pas un rond qu'on fait une latrine et qu'on la contamine, on ne le fait pas par plaisir et pas parce qu'on n'est pas conscient de l'écologie, c'est parce qu'on peut faire autrement. La question dans les PED se pose un peu différemment car on est dans une économie de subsistance qui est à court terme. La vision a long terme est présente et la notion de DD n'est probablement pas la même. La femme est une source de transmission des valeurs notamment en matière de santé, d'hygiène parce qu'elle s'occupe des enfants et le père apporte autre chose. Aussi non, je ne pense pas que la femme soit l'avenir du développement durable.

25. Hélène VALADE, Directrice du Développement Durable, Lyonnaise des Eaux

Présentation de la thèse sur la reproduction du rôle des femmes et du genre.
Contribuer à renforcer le rôle de la femme dans certains cercles. C'est un travers que l'on peut relever en faisant un lien très fort sur le côté ménager lié à l'eau qui doit permettre de libérer du temps, de se consacrer à autre chose. Souligner la situation pour éviter la reproduction des schémas.
Dans ces problématiques là, les enfants sont chargés de la tâche d'eau et il s deviennent la cible de ces messages.

Surtout la petite fille où au Maroc, on fait une petite fille pour la tâche d'eau. C'est là qu'il faut travailler entre représentations de la femme au foyer et la femme qui puisse travailler.
Justement par rapport à la petite fille qui va développer dans ces situations une force physique que l'on attribue souvent à l'homme. Il faut une force pour aller chercher des sceaux. C'est un élément qui peut renverser les représentations. Et cela vaut aussi pour la France avec la représentation de la poupée Barbie etc qui sont très piégeant.

C'est une problématique difficile à faire évoluer qui touche à des sujets qui remettent en question des sphères de pouvoir et des traditions.
Ce que l'on a analysé pour la Lyonnaise et pour les entreprises en général. C'est qu'on a été jusque dans les années 70, dans la phase de la contestation de façon très virulente de la part des femmes notamment. Et maintenant, on est rentré dans une autre phase qui est la banalisation de ce mouvement et du coup l'intégration dans le management, dans la société… Et on voit d'un très mauvais œil celles qui se positionnent encore très idéologique, ce qui était le féminisme. Il y a des femmes qui n'ont pas compris ça notamment la femme de Jospin qui est restée dans ce schéma qui était sa jeunesse à elle. On en est plus là. Il faut désormais l'intégrer dans un système de management, dans un système de pouvoir mais ça n'est plus une revendication au sens de dénonciation du problème, maintenant on est dans la recherche de solutions.

La problématique est d'analyser. Ma problématique passe de la stigmatisation et comment on passe aujourd'hui au concret d'où l'articulation avec le DD qui permet de rendre concret.
A ce titre, quelle est la place de la femme dans l'entreprise LDE ?
Alors ce que j'en dirais à titre personnel et ensuite, au titre du Développement Durable, c'est que on appartient au secteur industriel donc on en a tout les travers et l'on reproduit le système des écoles d'ingénieurs où les femmes sont très peu présentes et encore, je pense qu'aujourd'hui, ça commence à évoluer un petit peu et ça ce sont des stats qu'il faut regarder de près car c'est intéressant de voir que les origines vont se diversifier car les écoles d'ingénieurs sont plus fréquentées par les femmes. Donc on reproduit systématiquement ça, c'est clair et net. Il y a ensuite une question de pénibilité du métier où il y a effectivement sans le dire des métiers qui ne peuvent pas être rempli et fait par des femmes. Même si cela commence à changer, à évoluer tout doucement, ce n'est pas encore abouti. Après il y a le problème de la représentation de nos clients des femmes dans nos métiers. Et là, je trouve que dans la maison, on s'interroge par rapport à ça. A LDE, on se demande si cela peut être une bonne chose ou au contraire, mauvais pour notre image. Et on se rend vite compte que ce n'est pas une question qui va de soit et qui est très dépendante des fonctions. Par exemple, les releveurs. Il y a probablement une perméabilité Homme / femme sur ce métier là or dans certains quartiers se posent la question de la sécurité qui déjà embarrasse les hommes et alors est-ce qu'on peut envoyer les femmes au même titre qu'un homme. A part cette fonction de sécurité, on est dans une fonction qui a évolué dans la représentation et on s'aperçoit que les femmes ont des qualités différentes que celles des hommes tout à fait valorisables et valorisantes pour les clients. Et puis il y a d'autres types de fonction, que l'on ne voit pas si facilement être remplies par des femmes et notamment tout ce qui relève des emplois qui font intervenir les gens dans les rues d'une ville. J'ai été témoin de réactions des personnes travaillant dans les municipalités disant que si la Lyonnaise se met à mettre des femmes pour réparer un canal dans la rue, ça va plus. On voit bien qu'il y a un double problème, le climat interne et le positionnement de l'entreprise par rapport à ça et la manière dont on va pense, comprendre, le rapport de notre société à nos clients que ce soit la municipalité ou nos clients

finaux au fait qu'il y a un certain nombre de femmes qui n'était pas dévolu à ces fonctions avant. On en est au tout début de l'analyse de ces phénomènes là. Et il faut savoir les prendre en compte parce que les phénomènes ne sont pas complètement murs partout et c'est évident qu'on ne peut pas raisonner à Paris ou dans les communes rurales de la même façon.

Par rapport à cette problématique de personnes sceptiques, est-ce que la femme peut souffrir d'un manque de reconnaissance que ce soit en interne ou en externe ?
Alors je ne sais pas trop si on a des éléments qui permettent de l'objectiver mais les études qu'on a mené notamment à SUEZ mais montre qu'il y a une vraie souffrance d'un manque de reconnaissance et de valorisation et qui tourne très vite en désabusement et du coup, je fais mon travail et le minimum et ma vie est ailleurs. Donc ce n'est pas seulement la souffrance mais également les conséquences que cela peut avoir sur la propre motivation des femmes et c'est là où il y a un vrai problème de management et de rentabilité d'entreprise. Et c'est pour ça qu'on ne peut pas laisser une partie du personnel se démotiver parce qu'elle n'est pas prise en compte.

Quelles sont les grandes lignes pour mettre en avant les femmes sur ces sujets ?
Alors on est au début des réflexions sur le sujet. La manière dont SUEZ a pris le sujet a bras le corps est de ce dire, tout d'abord, il faut faire un diagnostic car comme on l'a dit tout à l'heure, tout est piégant. C'est-à-dire, on ne sait pas si la femme à un moment dans sa carrière donne le choix tout d'abord à sa vie familiale ou si c'est l'inverse c'est-à-dire que l'entreprise ne lui donne pas les moyens de faire ce choix là. Et c'est très compliqué mais l'analyse de la situation n'est pas aisée à faire surtout dans la période 30 et 40 ans. On peut imaginer que quelle que soit la politique de l'entreprise décide que ce soit mieux pour elle qu'elle se consacre à sa vie familiale. Ce qui est plus ennuyeux, c'est qu'elle fasse l'inverse c'est-à-dire, qu'elle fasse ça parce que on est incapable dans une entreprise de concilier les deux. Je pense que les choses ne sont pas aussi manichéennes que ce que je viens de te dire et qu'il y a des situations très différentes en fonction des femmes en question. En tous cas, l'idée de SUEZ c'était ça, construire un premier diagnostic pour éclairer ce type de question. Et on se rend bien compte que – en ce qui concerne SUEZ et pas seulement en France, il y a un vrai impact de l'absence de politique managériale de l'entreprise qui permettent aux femmes de concilier vie privée et vie professionnelle qui fait qu'une partie d'entre elles, choisissent de se désengager un peu. Au regard de ce constat, Valérie Bernis a proposé 6 axes qui ont été validés par le Com ext ce qui montre qu'il y a une prise de conscience de ces enjeux là. Valérie Bernis a créée une commission pour engager une réflexion sur ces 6 axes. Et là où je te rejoins, c'est qu'il faut qu'on soit dans l'action, dans du très concret. L'axe dont j'ai été chargée est comment peut-on diversifier les postes ouverts aux femmes. Je commence à réfléchir entre regards internes et externes. Ce n'est pas qu'une question de hiérarchie mais c'est une question de postes occupés.

Il existe des postes encore ouverts qu'aux hommes.
Tous les postes qui demandent un effort physique. Ce qui vont vérifier le réseau pluvial, tout ce qui est amener à faire des travaux dans la rue. Il y a également les fonctions en représentation comme en clientèle. Un autre type, ce sont les fonctions commerciales. Et là je ne sais pas si c'est parce que les femmes n'y viennent pas. Je parle du pur commercial. Et c'est très étrange et il faut que je creuse et comprenne pourquoi.
Il y a toute une batterie de critère qui vont de la pénibilité, de la fonction de représentation, à la nature du job et enfin, la problématique de la hiérarchie.
Sur un plan plus personnel, on a tellement accumulé le règne masculin dans une entreprise que les hommes ne savent pas se comporter avec les femmes. C'est ce qui va se passer entre Sarkozy et Royal, sur une plateau de télévision, c'est comment il va lui parler. Et je le ressens, comment vais-je parler a Helene Valade… Est-ce que je fais particulièrement attention à elle parce que c'est une femme ou est-ce que je lui parle comme à un autre ?

C'est vrai que dans le CDG, vous n'êtes que deux femmes.
Mais même, par exemple ici, les hommes s'appellent par leur nom de famille, ce qui est très masculin. Et moi, j'ai retourné ça en disant, Allo c'est Valade à l'appareil. Et ça les skotchent. Voilà je crois qu'il y a le

poids de l'habitude plus que la volonté de stigmatiser les femmes. C'est pas dans la tradition, dans les mœurs, dans la culture…

C'est comme un manque de savoir-faire.
Exactement. Et puis après, il y a le rapport que les femmes entretiennent avec les femmes. Par exemple, je suis absolument sidérée que la DRH au siège ou dans les centres, concerne elle-même le problème de la maternité. Ce sont elles qui disent « ah non, elle a 25 ans, je vais pas la proposer à un tel… » Ca aussi, il va falloir le comprendre. Je ne suis pas sûre que ce soit les femmes qui soient les plus grandes défenseuses de la cause.

As-tu autre chose à ajouter sur cette thématique car je vais passer à une autre partie de l'entretien.
Non.

Alors maintenant, je vais passer sur la partie eau et femme selon l'aspect symbolique. Est-ce que tu perçois un lien entre eau et femme.
Le lien, il est historique, il est culturel. C'est le liquide amniotique. C'est toute cette thématique là. Evidemment l'eau est élément féminin et c'est étonnant de voir que dans ce pays, l'eau est vendue par des hommes. Comment ça se fait ?

La femme a une appropriation personnelle de l'eau, pourquoi est-ce devenu si masculin hormis ce lieu symbolique
Parce qu'avant tout un métier technique qui a oublié le produit lui-même et qu'on est en train de redécouvrir cet aspect là. Quand les détracteurs disent que c'est un bien essentiel à la vie et que petit à petit, je réintroduis la féminité dans les discours en disant que l'eau est un bien essentiel à la vie, c'est bien pour ça que ce n'est pas du tout la ressource qu'on vend mais c'est bien le service, cette technique, le fait qu'elle soit potable. Et dans la politique de Développement Durable, j'ai essayé de faire glisser la culture sur celle de la ressource, c'est suite à mon analyse personnelle car il y a une affinité extraordinaire entre le produit – et c'est pour ça que je suis venu dans cette boîte, c'est que le produire m'attire énormément, c'est que c'est un produit lui-même qui a une touche de féminité alors je ne sais pas si c'est la bonne façon de l'exprimer mais c'est ce que j'ai très envie d'inculquer dans le management et la politique ici parce qu'il y a là une articulation qui n'a jamais été pensée ni exploitée dans nos métiers.

Et par rapport au DD, est-ce que les femmes ont une vision particulière du DD ? Ont-elles un rôle à jouer ?
Alors sur ce type d'analyse, je suis très prudente car pour cela vient à cantonner les hommes et les femmes dans un certain nombre de fonction et je trouve que c'est fondé sur rien. En revanche, je pense que le Développement Durable demande à ce qu'on soit extrêmement pratique, concret et qui renvoie à un phénomène plus global sur l'absence d'idéologie et en même sur le concret qui est aujourd'hui un lieu de tensions dans notre société. Au regard de cette définition, est-ce que les femmes ont des qualités qui leur serviront plus que les hommes, là oui. La question pour moi se pose comme ça et pas l'inverse. Et peut-être effectivement quoi que des hommes savent effectivement être très pragmatiques, cette appréciation des choses sur un plan concret est plus facilement faite par les femmes que par les hommes et encore, pour moi, ce n'est pas quelque chose qui va perdurer. Et pour moi, le DD repose sur un partage Homme et Femme de la thématique. Si je prends le cas de la répartition ici, il y a deux hommes qui ont parfaitement intégré les aspects pratiques des choses. Par contre, il y a quelque chose de très intéressant derrière peut-être pas eau et femme mais élément de la vie.
Je vais te raconter une anecdote, c'est que j'entends souvent en CDG dire, il faut qu'on vende de l'eau de manière virile… Ca veut dire tellement de choses, c'est incroyable.

Par rapport à l'accès à l'eau, par rapport à LDE et quelle est la place de la femme dans ce programme. A LDE, cela se décline par l'aide à la facture.
Pour LDE, il faut partir du principe que l'eau n'est pas chère. Que la vraie corvée, c'est d'aller chercher des bouteilles d'eau minérale au supermarché du coin. Et du coup, l'eau du robinet est un luxe car je ne suis pas obligée d'aller la chercher. On essaie en matière de communication, d'inverser la représentation.

Au regard, la problématique de l'accès devient financière et culturelle même si ça peut se recouper. Le culturel dans le sens où dans une société où la méfiance est telle, elle va se placer sur la qualité de l'eau du robinet. Et l'étude des comportements d'achat, c'est l'étiquette, la preuve qui conforte. On parle de population qui ont besoin de réassurance par rapport à pleins de risques qu'ils imaginent, voient, entendent… L'accès à l'eau est être capable de donner les éléments suffisants pour rassurer sur la qualité de l'eau du robinet… Alors que l'on ne dispose pas de bouteille, il faut donc inventer d'autres moyens de communication dans un système d'autant plus compliqué pour cibler ces gens. Qui se recoupe avec l'aspect financier parce que même si l'eau n'est pas chère, il y a toujours des gens qui ne peuvent pas la payer. Ca rejoint la pyramide sociale, il y a des personnes démunies qu'il faut aider. Ce qu'on a commencé à mettre en place avec les CAS et les mairies a pour fonction à faire identifier qui sont en très grande difficulté. Ce qui se passe dans ce pays, c'est que les gens qui sont en très grande difficulté, c'est qu'ils ne sont pas identifiés, répertoriés par les services sociaux qui sont censés les aider. C'est ce qui est arrivé notamment à Dunkerque, quand on allait signaler une personne en difficulté, cela permettait de la remettre dans le réseau social. On a la possibilité et une grande responsabilité mais il faut que l'on se donne les moyens parce que avoir ce rôle là n'est pas un métier d'ingénieur, cela requiert des compétences très spécifiques et qu'un releveur puisse être pris de court par une situation de désespérance. C'est un des objectifs de la direction clientèle en créant une formation spéciale pour des personnes nommées « solidarité eau » et dont la tâche est dédiée de cette population en difficulté. Alors ça c'est en France. Dans la loi est inscrit le principe de l'accès à l'eau. Alors, il y a beaucoup de gens qui ont critiqué car on n'en explicite pas les moyens et on ne s'est pas comment cela va se passer mais c'est tout de même une première que ce soit inscrit dans la loi. Et après il y a la situation dans les pays en voie de développement qui relève davantage de Suez Environnement. Alors là, c'est pas du tout la même problématique qu'en France mais c'est pas la problématique de l'accès au niveau financier mais une problématique d'organisation du SP dans ces pays. Voir de présence ou non de la ressource. La question est celle des tuyaux qu'on amène et de comment on organise la distribution après. Alors là, la question des femmes se pose car le côté corvée doit être abordé, comment valoriser que cela libère du temps et ne pas retomber dans la reproduction de rôles sociaux.

Cette problématique est très divisée entre le Nord et le Sud…
C'est une expression du clivage Nord et Sud qui pose la question de solidarité entre Nord et Sud. Ce n'est pas la même question que le pétrole, on ne peut pas envoyer de l'eau par les tuyaux. De fait, la solidarité doit être pensée autrement. Il ne faut pas qu'elle plaque les modalités du mode de vie occidental. La question de l'accès à l'eau pose la question de la solidarité entre les classes sociales qui n'est pas du tout la même selon la culture. En Inde, les intouchables ne pourront jamais être aidés par d'autres catégories sociales. C'est pour ça que la question de al solidarité et de la coopération internationale, il est important de prendre en compte la culture du système dans lequel nous sommes. Et pour moi, cela relève aussi du Développement Durable. C'est d'ailleurs la partie la plus importante dans la partie internationale.

Quels sont les moyens pour faire prendre à la femme du rôle qu'elle a joué. Cela va dépendre de la culture évidemment.
On ne fait pas le bien d'un peuple s'il n'en a pas envie. Il ne faut pas être prétentieux et plaqué un modèle occidental. C'est l'importance de partir du terrain, si on arrive à partir du terrain à partir du culturel, du sociétal et pas uniquement du technique, sinon on va planter.

Présentation de l'approche genre. Les réflexions sur les représentations et que le féminisme a basculé vers le genre qui prend en compte le culturel, le social et comment lutter contre ces représentations qui circulent dans la société.
Ce qui veut dire qu'il faut partir des différences. Je pense qu'il y a de vraies différences entre les femmes et hommes. Je pense notamment à cette faculté des femmes à être plus concrète et qui est le résultat de siècles d'histoire car elles ont appris à gérer l'interface entre le public et le privé, qu'elles sont bien obligées d'être dans le concret. En quoi cela peut aider dans le management d'une entreprise.

Politique Développement Durable. Quels sont les axes à LDE ?

Il y a trois idées fortes. J'ai pris le DD comme un projet fédérateur car la demande venait d'en bas car je ne voulais pas de calquer quelque chose de nouveau. La demande s'exprimait par l'interne qui cherchait un nouveau sens, une nouvelle utilité pour le job. La valeur travail manquait de sens, voir de trouver les preuves de l'utilité dans l'organisation. Comment je peux me vivre comme utile dans mon organisation. Dans le DD, on peut trouver cette utilité car cela fait un lien entre le citoyen et l'économique, cela permettait de revoir également la notion de Service public tout en lui donnant une nouvelle perspective. C'est un peu comme ça que j'ai envisagé le DD.
C'est à partir de là que je suis partie par la formation interne et la boite à idées. Après la boite à idées, je me suis lancée par une politique de DD et une feuille de route qui décline très concrètement des objectifs et selon une logique où il faut tout d'abord que l'entreprise soit elle-même exemplaire par des comportements individuels ou sur le mode du process industriel et puis après, comment contribuer les collectivités et agir en externe. Beaucoup d'entreprises et de politique de DD ont adopté ce schéma, on met en place des actions concrètes.
Par exemple, l'action de trier le papier en interne qui semble secondaire est en réalité capitale parce que ça donne la preuve tangible que ça peut servir à quelque chose. Et quand on a dépassé ce stade, on peut utiliser le DD comme un moyen de pousser l'innovation. Et là ça a été très tangible notamment sur la protection de la ressource et c'est pour ça que je te parlais de révolution culturelle, car la fierté d'ingénieurs ici, c'est très clairement traiter l'eau. C'est apporter l'eau la plus saine possible à partir de l'eau plus sale à partir de technique et d'innovation, leur fierté c'est de trouver des solutions qui permettent le traitement. Et je suis arrivée en disant, mais ce n'est pas le vrai sens de notre métier, notre métier, c'est faire de la prévention. C'est faire en sorte que l'eau qui nous arrive, soit la plus propre possible. C'était inverser le raisonnement de toute une population d'ingénieurs qui avait vécu différemment pendant des années et des années. Mais maintenant, c'est accepté, tout le monde a compris… Ca demande de l'imagination de nouvelles solutions pour protéger la ressource, cela veut dire qu'on se dote de nouvelles compétences en matière de ressource, ce qui est à l'origine du nouveau centre de recherche pour la ressource. Il va être chargé de recruter de nouvelles compétences en matière d'hydrologie, géologie… On a également besoin de travaillé sur le circuit fermé des moyens de production des STEP, on a la feuille de route et enfin, je me suis aperçue qu'on avait besoin d'exprimer à l'extérieur cette responsabilité d'entreprise qu'on avait envie d'incarner d'où cette charte qui ne sont pas une synthèse de la politique de DD mais qui sont simplement les engagements dont on a pensé qui étaient les plus porteurs au niveau des collectivités locales et qui n'est pas non plus complète, qui sera complétée au fur et à mesure, cela n'est pas figé dans le marbre. Elle a été diffusée en interne et en externe, qu'on s'engage en dehors de nouvelles obligations contractuelles car nous ne sommes pas cotées et sur lesquelles on fera l'objet de cotation.
Les trois axes sont la protection de la ressource avec tout ce que ça induit, la préservation de l'environnement, ne plus se contenter de seulement le traitement de l'eau et des eaux usées, mais protéger le milieu, en s'occupant de la préservation, de la biodiversité et de penser aux impacts. Et ça en tant que tel, c'est une petite révolution. Deuxième axe, partir du principe que nous sommes un acteur local et que dans ce cas là, on a des responsabilités sur le territoire sur lequel on est implanté aussi bien en matière sociale qu'en matière économique. Ce sont toutes les actions sociales et économiques au sens de l'aide à l'emploi. On a intégré là dedans la politique RH qui vise à valoriser les hommes et les femmes de manière équivalente. H. Grignon Boulon a engagé un plan d'égalité entre femme homme auprès des partenaires sociaux. Et enfin, le troisième axe est l'ouverture et le dialogue, ce qui peut paraître étrange en tant qu'axe politique mais parce qu'on ne peut plus fonctionner dans un seul schéma binaire mais en ayant une politique de partenariat, de ne plus se présenter en tant qu'acteur unique mais en tant que partenaire d'autres acteurs.

Commentaires sur ce questionnaire
C'est intéressant comme sujet. Vas-tu posé ces questions à d'autres entreprises ?
Choix des trois acteurs de la sphère publique entre association, les ministères, des personnalités éventuellement.

26. Daniel Villessot, Directeur Technique, Lyonnaise des Eaux

Comment réagissez-vous à la parution d'un tel magazine (Terre Bleue) ?
Je considère que c'est bien de parler des femmes. Mais on parle des femmes avec une première comme ça. Ca frôle la discrimination. Je ne suis pas chaud. Je préférerais qui soit plus régulièrement associant les hommes et les femmes de nos métiers et de nos entreprises sans qu'on se sente obligé de faire quelque chose de définitif sur le sujet.

Cela vous semble plus affiché que concret ?
Je trouve qu'il faudrait quelque chose de plus habituel parce que je trouve que ce n'est pas comme ça qu'on va rendre je dirai couramment le partenariat entre les hommes et les femmes.

Et à quoi vous penseriez pour justement favoriser les partenariats plus réguliers ?
Est-ce qu'il y a vraiment besoin ? Est-ce qu'il y a vraiment un déficit sur le sujet. J'aimerais que l'on puisse pointer du doigt les déficits que l'on peut avoir sur ces sujets là et s'il y a des difficultés, sachons les identifier. Il faut les régler au cas par cas plutôt que faire des grandes déclarations qui ne résoudrent aucun problème. Je trouve que ce n'est pas la bonne solution.

Par rapport au DD, on dit beaucoup que les femmes ont une contribution particulière, qu'en pensez-vous ?
Je pense qu'il y a deux cas de figures à considérer. Il y a le cas des pays développés et le cas des pays en voie de développement. La problématique se pose de façon totalement différente. Chez nous, dans les pays développés, la place des hommes et des femmes dans le DD doit être considérée de la même manière. Si je vous dis, il faut apprendre aux femmes à ne pas jeter les lingettes de Monsieur Propre qu'on appelle Monsieur Propre et non Madame Propre… Ca peut être une forme de discrimination. Mon propos ne concerne pas les lingettes en soit mais leur utilisation. Ces lingettes nous posent problème au niveau de l'assainissement. Il faut apprendre aux femmes à les utiliser, qu'il faut les jeter non pas dans les WC et tout à l'égout mais dans les poubelles parce que cela nous pose des problèmes. Les problèmes plus généraux comme la voiture, l'utilisation de l'eau etc. sont des problèmes aussi masculin que féminin. Et donc chez nous, il est question de traiter les problèmes du Développement Durable comme des problèmes aussi bien masculin que féminin. Il en est tout autrement dans les pays en voie de développement où les femmes sont définitivement chargées des tâches ménagères, chargées des corvées d'eau, ne peuvent plus aller à l'école pour les jeunes filles et ne peuvent plus s'en sortir car elles doivent participer aux tâches de la maison pendant que les hommes sont assis à l'ombre des baobabs. La problématique est donc totalement différente de ce point de vue là. Avant d'attaquer la problématique du Développement Durable, il faut revoir dans ces sociétés là, la problématique de la position de la femme qu'il faut revoir. Il faut une évolution culturelle. Et continuer l'approche en continuant sur le DD.

Cette problématique de l'accès à l'eau, on insiste beaucoup sur la gestion participative, l'importance d'intégrer la femme dans le dispositif. Par rapport à cette problématique, pour commencer, en quoi l'accès à l'eau est important dans ces pays là.
C'est fondamental. J'ai connu la première Water de la Banque Mondiale lancée en 1980. Depuis 1980, on nous dit qu'il faut qu'on donne accès à 1,1 milliards de personne sur la planète, qu'il faut de l'assainissement collectif correct pour 2,3 milliards d'individus. J'entends ça depuis 25 ans. Cela fait un quart de siècle que l'on dit, décennie après décennie qu'il faut l'accès, il faut l'accès. On n'a toujours pas résolu ce problème. Ce n'est pas à une société privée de résoudre ce problème. C'est à la société, aux parties prenantes de résoudre le problème. c'est un problème de gouvernance beaucoup plus que de financement. Si on savait mieux utiliser l'argent qu'on a à notre disposition malgré tout ce que l'on a pu, c'est souvent pas le cas. Nous de notre côté, d'après tout ce qu'on a pu faire et on peut continuer à porter des messages sur ces sujets-là. Pour moi, c'est fondamental car c'est intolérable que chaque année, il y est un million d'enfants qui puissent mourir avant 5 ans d'une maladie hydrique. Ca montre la dramatique situation dans laquelle on se trouve. Il faut donner le pouvoir aux femmes. Je vous parlais d'INSTRAW… J'ai eu l'occasion de participer à des sessions de formation sur les bonnes pratiques, les bons usages de

l'eau, les bons usages de latrine de façon à former des outils pédagogiques pour que des messages passent dans le bon sens.

Quelle sont les actions que l'on peut promouvoir pour aider les femmes dans ce rôle ?
Il faut que les femmes se prennent en main. Il faut que ce soit des organisations de femmes, pas féministes mais de femmes, qui soit capable de porter les messages à d'autres femmes. C'est la même problématique entre celle de l'eau et celle de la contraception ou que pour des problèmes de maladies sexuellement transmissibles… Et nous, sur le domaine de l'eau et de l'hygiène, il faut que nous accompagnions ces femmes qui doivent être porteuses de messages en les aidant à mettre au point des outils de communication, les bonnes pratiques, les outils nécessaires pour la dissémination de l'information et la réalisation de nouvelles installations. On a eu au niveau de Suez Environnement comme Alain Mathys qui ont fait des choses pour aider les femmes notamment en Amérique Latine pour mettre en place des structures communautaires. Voilà ce que nous pouvons faire.

Il parle beaucoup d'ingénierie sociale
Oui. Il faut faire attention aux termes que l'on utilise mais Alain a cette expérience et je l'ai vu sur le terrain. Son travail est remarquable. Et voilà ce que doit être notre rôle. C'est à nous d'aider à faire, là où nous sommes, ce que nous pouvons. A Lydec, vous avez l'ensemble des ingrédients pour faire un terrain remarquable.

Suite à votre conférence, vous aviez parlé de gouvernance et qu'elle stagne depuis 20 ans. Comment les associations de femmes peuvent se faire entendre pour faire évoluer la situation ?
Pour moi, c'est un problème de gouvernance, tant qu'on n'aura pas résolu les problèmes de gouvernance, on ne pourra pas résoudre les problèmes autant des hommes que des femmes. Après avoir résolu les problèmes de gouvernance, il faudra s'interroger sur les problèmes hommes et femmes et quelle est leur place. De ce point de vu là, les mouvements comme les organismes INSTRAW, on devrait pouvoir arriver à structurer les problèmes de gouvernance et dans ces sociétés qui ont pour habitude de ne pas faire participer les femmes, on oblige à faire participer les femmes et à partir ce moment là, on arrivera à faire évoluer la situation. Il faut également des femmes qui soient des leaders d'opinion, qu'elles savent s'imposer et j'en ai croisé. Elles sont remarquables. C'est sur, il faut qu'elles fassent école, il faut que ça les sème et donner les éléments pour que ça se développe. Je disais que les femmes n'avaient pas accès à l'école, à la culture… Il est évident que ça c'est un élément déterminant. Vous ne pouvez pas compté sur une femme qui est analphabète. Il faut reprendre le problème depuis la racine.

Est-ce que vous connaissez l'approche genre des Gender Studies ?
J'en ai entendu parler. Je suis maintenant très loin de ces sujets. Je sais que ça existe. Je ne saurai pas en parler.

Le genre travaille sur les représentations, les besoins des hommes et des femmes au-delà du féminisme qui est dangereux.
Je crois qu'il est très important, vous savez, je vous disais que je ne souhaite pas mettre en place une ségrégation négative dans la direction technique, il ne faut pas que ce soit les femmes qui excluent les hommes, il faut que ce soit une démarche partagée, participative, pilotée par les femmes en présence d'hommes. Il faut que les femmes aient le pouvoir et également des hommes pour que les hommes participent aux actions. Il ne faut pas que ce soit féministe parce qu'aussi non, c'est foutu.

Tableau
1 – 5
2 – 3 dans PD
3 – 5
4 – 4
5 – si ça l'est, ce n'est pas bon.
6 – 2

Sur la symbolique de l'eau, à quoi pensez-vous quand on dit eau et femme
Dans les PED, c'est une base commune, c'est une réalité terrible car il y a un lien très étroit entre femme et eau car il est essentiel à la vie. Il faut avoir des actions pour que les femmes n'aillent pas chercher de l'eau n'importe où. Il y a beaucoup d'éducation à faire. C'est très lié dans les Pays en voie de développement. C'est une question essentielle.

Et dans les pays développés ?
Dans les pays développés… J'aime bien voir les femmes se baigner.

Par rapport à l'Eau et Vous, quelle image percevez-vous de la femme et l'eau ?
Les images de l'eau sont toujours des raccourcis. Les images de l'eau sont toujours liées à l'utilisation domestique, c'est le lave-linge, le lave-vaisselle, c'est la toilette, la toilette des enfants et pour cela, on fait appel à des femmes. Dans la campagne de LDE, on voyait une femme sous sa douche, un enfant et un homme qui disait merci l'eau… Ce qui était assez équilibré. Il faut qu'on arrive à retrouver une représentation équilibrée de l'eau et qu'on arrête de réduire l'utilisation de l'eau à l'utilisation domestique et à attribuer ces utilisations aux femmes.

Est-ce que la valeur culturelle ou symbolique de l'eau peut être un obstacle pour l'accès à l'eau ou l'activité d'une entreprise privée ?
Non. C'est un discours l'eau bien social, bien commercial ou l'eau gratuite pour tous… Je pense que 1, l'eau a des valeurs sacrées comme l'eau bénite, l'eau du Baptême… Tout ça donne une application religieuse et mystique sur l'image de l'eau. 2 Il y a le service de l'eau qui est autre chose. Que l'on considère l'eau comme un bien précieux, c'est important mais par contre il faut que l'on fasse attention dans nos discours, il faut distinguer entre le prix de l'eau et le prix du service de l'eau. L'eau c'est un don du ciel, l'eau c'est gratuit sauf que le service de l'eau ne peut pas être gratuit car il y a des hommes et des femmes qui travaillent pour ce service et qu'ils ont le droit à une juste rémunération, ça c'est une première chose et ensuite, que lorsque l'on utilise de l'eau, il faut la nettoyer pour la rendre à son milieu naturel. Donc il faut le payer. C'est ça que l'on paie et non pas l'eau. Au niveau de notre communication, il faut être attentif. Quand on paie l'eau, on paie non pas le produit mais le service. A partir du moment où l'on explique ça, cela enlève une valeur marchande sur le produit lui-même.

Commentaires sur ce questionnaire

Qu'allez-vous en faire ?
Cela va nourrir ma réflexion de thèse. Explication de la thèse et démarche.
Ce que je peux vous dire, c'est vous encourager… C'est un puits sans fin car ça fait 20 ans que j'en entends parler. J'avais vécu avec passion cette collaboration que j'avais eue avec INSTRAW. J'ai perdu le fil suite à mon chemin professionnel. Pour moi, arrêtons de faire du nombrilisme par rapport à cette problématique en France et consacrons nous aux vrais problèmes notamment dans les PED où le statut, les missions, la culture a besoin d'actions… On en a pour deux générations au moins pour régler le problème. Par exemple, qui connaît INSTRAW. Je ne suis pas sûr que beaucoup vous en ait parlé.

Non en effet. On me parle de l'UNESCO, l'UNICEF ou encore l'UNIFEM mais rarement de INSTRAW. Et quand on voit ces acteurs, on s'aperçoit que le problème est souvent culturel.
Il y a un blocage culturel, elles ne sont pas prêtes à prendre le pouvoir. Il faut remonter le problème, pourquoi. La notion de gouvernance est un problème qui est mal compris et quand il est compris, il est réservé aux hommes et donc c'est là qu'il faut revenir. Et pourquoi les femmes ne sont pas prêtes quand il y a de la gouvernance, elles n'ont pas besoin d'études mais il faut qu'elles soient aidées, il faut qu'elles puissent se saisir des outils de décision. Il faut comme même un minimum qu'elles soient un peu aidées.

27. Dominique Ogeron, Directeur de la Communication de Lyonnaise des Eaux

Novembre 2006.

Introduction
DO : Quel est le thème de cette interview.
CHB : Il s'agit du sujet de ma thèse, « Eau, femme et développement durable » autour de 3 grands axes : quelle est la place de la femme à Lyonnaise des Eaux au sein de l'entreprise, quelle est sa place en tant que cible, cliente et enfin, dans la problématique de l'accès à l'eau.

Quelle est la place de la femme à LDE ?
Alors un petit élément de méthodologie en interne, il faut aller voir la DRH, quel est le point de vue de la professionnelle sur la femme d'un point de vue quantitatif, en termes d'occupation de postes : comment et y a-t-il une évolution des femmes au sein de notre entreprise. Il faut également aller voir le bilan social où il y a un paragraphe sur l'évolution des femmes au sein de cette société. Est-ce qu'il y a des évolutions dans l'occupation des postes ? On est dans une société où les compétences sont mises en avant. Nous sommes également dans une société d'ingénieurs, à part dans la Com, l'occupation des postes est tout à fait classique. Il existe des ouvertures sur les postes commerciaux, d'ingénieurs et de managers, mais on reste en dessous des standards.

Question de la place des communicantes dans les CR, vous font-elles écho de problèmes de relations dans leur travail ?
Alors il faut rappeler que ce qui intéresse, c'est la fonction en tant que telle… On n'est pas dans une société où l'on utilise l'apparence dans les postes. Il y a un recrutement en fonction des compétences. Si je recrute des femmes, c'est parce qu'elles ont des compétences. Je ne fais pas ségrégation dans un sens ni dans l'autre. Ce n'est pas l'aspect extérieur ni le côté relations publiques et bon chic bon genre qui motive.
Il y a traditionnellement chez LDE, des surreprésentations féminines dans des métiers classiques comme la Communication, RH, Clientèle. On trouve plus de femmes que dans d'autres métiers.
Plus vous allez vers des métiers – la filière commerciale s'ouvre de plus en plus, les métiers administratifs où il y a un équilibre. Si l'on regard, il existe une gradation Com, RH, clientèle, administration puis l'apanage traditionnel des ingénieurs, commercial et technique très masculin et qui aujourd'hui s'ouvre de plus en plus aux femmes. Je pense même que les métiers techniques se sont ouverts avant les métiers commerciaux, il y a un côté macho dans le commercial qui n'a pas été immédiatement dépassé. Le monde du CIRSEE était également un monde de femmes. En fait, dans les métiers supports et recherche, il y a une plus grande représentation féminine. Cela correspond à un héritage de l'entreprise.

Quelle est la place dans la femme dans le dispositif de communication d'un distributeur d'eau comme Lyonnaise des Eaux ?
Dans notre communication clientèle, c'est évident que la femme est ciblé car la femme est un prescripteur. C'est un prescripteur pour la famille, pour les enfants. Il faut aller voir Julie Carcaud. Vous savez, on n'a rien inventé, il faut regarder le cahier des charges de L'eau et vous. Il est très vite apparu que c'était la femme au foyer qui allait être ciblée.

Maintenant, en termes de représentations, est-ce que l'eau et la femme vous semblent intrinsèquement liées ?
On va faire maintenant de la métaphysique, méta religion, je ne sais pas très bien, je ne trouve pas le terme exact pour définir. Par rapport à un service, il y a une thématique d'hygiène, un lien que vous évoquez. Il faut aller voir Isabelle Fondimare qui vient de Procter et Gambel et qui travaillait sur le produit Ariel. En fait, il y a un domaine que la femme garde toujours, c'est celui de la propreté. Elle a fait des études psychologiques qui établit un lien avec le pêché originel et la souillure. Dans les sociétés judéo chrétiennes, et même musulmanes, il y a l'idée prégnant, rémanente d'un pêché implicite, d'une impureté chez la femme. Tout ce qui est lié à la santé et à l'hygiène est un secteur que la femme ne délègue pas car l'eau est un vecteur purificateur. Il faut alors que vous étudiez le décryptage symbolique et religieux qui se trouve derrière ces comportements…

Et dans le cadre de L'eau et vous… Etablissez-vous un lien avec cet aspect religieux et symbolique ?
Je ne vais pas jusque là. Je fais le constat qu'en termes marketing, il y a un lien qui a été établit entre femme et eau, propreté et qu'il a des origines symbolique. Je ne fais pas cette déduction, mais je pars d'un constat : qui s'intéresse à l'eau dans le foyer aujourd'hui ? C'est la femme et à fortiori la mère de famille qui a besoin d'être rassurée sur l'eau qu'elle donne à son enfant notamment au biberon, c'est le côté santé qui ressort davantage que l'aspect eau et hygiène.

Quel lien établissez-vous avec le Développement Durable ? Entre femme et Développement Durable ? Selon vous, y aurait-il des valeurs portées par les femmes sur le sujet ?
C'est la colle. Il faut ici se poser la question de l'analyse des perceptions hommes et femmes sans tomber dans les poncifs… Mais comment un homme et une femme perçoivent les choses et par rapport au Développement Durable, il faudrait donner des champs d'interprétation d'action liés à homme et femme… Selon moi, il y a deux notions fondamentales au Développement Durable. Le premier est la préservation du cadre de vie et de l'environnement. Le second, c'est l'avenir, c'est faire de façon durable pour mes enfants, pour l'avenir…
Je pense que la vision prospective est davantage du ressort de la femme et là encore je suis très prudent car je ne veux pas faire la psycho sociologie à quatre sous mais là encore, quelque part, la femme est comme même le lien entre le passé, le présent et l'avenir de par son rôle qui est de transmettre les générations. Aujourd'hui, on est dans une dynamique de trans-générationnel… C'est elle le truchement de tout ça. Aussi je me dis que cette notion d'avenir, de préservation de l'avenir, j'ai enfanté, qu'est-ce que je vais léguer à mes enfants… Ce côté, je réfléchis un peu à eux parce qu'il y a cette espèce de liens qui me retient à eux etc. Et que je ne les ai pas fait naître pour qu'ils vivent dans un monde dégradé, je pense que cette vision prospective est peut-être plus du côté des femmes. Cette vision entre guillemets prospective, humaine est plus du côté des femmes. L'homme ira plus sur le côté environnement, sur le système. Il aura peut-être plus une vision de système, d'organisation du système, de comment j'organise… L'homme sera plus intéressé par l'empreinte écologique, comment je préserve à partir des technologies et comment je me projette dans le futur pour anticiper etc. L'homme aura plus une vision holistique système et la femme aura peut-être une vision plus intuitive, avenir, préservation des générations… C'est une vision très personnelle que je suis en train de vous donner et qu'il faudrait ramener à la notion de caractère, de tempéraments… On dit que l'homme est plus systémique, que la femme est plus intuitive de par leurs gênes, leur façon de faire, etc. C'est vrai que je suis très prudent sur ces affirmations là… Lisez des livres d'éducation et moi, c'est vrai que j'étais dans une autre vie, enseignant… On les retrouve ces éléments et quand vous discutez avec les instits, les profs… Ils vous disent, le monde, il est en réduction et je vois très bien comment ça fonctionne… Après, bien entendu, il y a des femmes qui ne sont pas du tout intuitives etc… Mais c'est ce qui fait la complémentarité entre l'homme et la femme, les points de vue et les caractères ne sont pas les mêmes… Sinon, je pense qu'il n'y aurait pas d'attirance. Il faudrait alors vous orienter vers des études psycho sur l'homme et la femme. J'ai vu ça au cours de mes études d'enseignants, on nous apprenait à adapter nos discours en fonction que nous étions en face d'homme ou de femmes… Le pire, c'est les populations mixtes au collège… Alors là j'ai vraiment une théorie la dessus. Autant, à la petite école, ils sont pareils mais au collège, vous avez un bouleversement psycho, morphologique qui agit beaucoup sur le tempérament et les filles vont beaucoup plus vite. De la 5ème à la 3ème et l'écart le pire est à la 4ème. On dit quelque chose, les filles ont tout de suite compris alors que les garçons… Donc voilà. Si on devait faire une analyse des items du Développement Durable rapporté à la perception que l'homme ou la femme vont avoir, à mon avis, cela peut être intéressant de le corréler avec les traits de caractère de chacun, avec les traits de psychologie… Car il est clair qu'il y a une psychologie féminine et une psychologie masculine, on ne voit pas les mêmes choses… Alors quand on me parle de Développement Durable, je pense au système, au monde global, que le monde de demain soit à peu près le même que celui dans lequel je vis…

La dernière partie de cet entretien est ciblé sur l'accès à l'eau pour tous, et plus particulièrement l'aide à la facture qui fait partie de la Charte de Développement Durable. Comment l'accès à l'eau se pose à Lyonnaise des Eaux et quels sont les enjeux qui lui sont liés ?
C'est vrai que le Développement Durable a été pour nous un moyen de tout mettre en perspective : les

aspects métiers, les aspects contractuels et de gouvernance et les aspects sociaux. Tout ça a été une formidable opportunité pour remettre de la cohérence, de la gouvernance dans nos métiers qui a fortiori est un métier de délégation. Il y a la collectivité qui décide, nous qui faisons en direction des consommateurs et qui ne sont pas des consommateurs lambda car on leur fournit de l'eau qui est un élément vital. A partir de là, il y a une grande dominante sociale dans notre métier qu'il faut absolument prendre en compte intégrer avec nos parties prenantes. Quand on parle d'accès à l'eau, c'est s'assurer que tout le monde est bien un accès normal – je dis bien « normal » - à l'eau. Alors quand il y a précarité, c'est là qu'existe toute une entraide, toute une solidarité, une pédagogie qui doit être mis en place pour déterminé ceux qui en ont besoin et ceux qui n'en ont pas besoin. Il s'agit d'organiser le recouvrement à l'accès à l'eau. Pour moi, l'accès à l'eau, il est incontournable. Dans des pays développés, c'est une donnée de base. Il est impensable en France qu'il y est des gens qui n'aient pas accès à l'eau. Après le problème qui se pose est celui de la solvabilité, de la prise en charge de la facture d'eau… Cette prise en charge peut intégrer les difficultés de rémunérations des uns et des autres… Et c'est là où le système doit s'organiser, où la collectivité doit trouver un système de prise en charge, d'aides… Ce sont les commissions paritaires, le FSL : Fonds Solidarité Logement qui deviennent acteurs. Je pense qu'il y a un dégagement que vous pourriez faire sur le système FSL qui met la collectivité, le distributeur d'eau et les acteurs sociaux… Ils ont pour rôle d'étudier les cas et qui essaient de trouver des solutions. Là ce serait intéressant de s'interroger sur le rôle de la femme dans ces réunions, dans ces commissions… Sont elles plus représentées que les hommes ? Cela ne m'étonnerait pas que oui car il y a toute une dimension sensible sur le cas que représente la personne, que cela ne m'étonnerait pas qu'il est plus de femmes qui soient dans la pédagogie, qui soient dans l'aide parce que c'est là encore, il faut peut-être le corréler avec la représentation des femmes dans les métiers d'assistance sociale, on dit « assistante sociale », ça ne m'étonnerait pas qu'il y ait une majorité de femmes.

La place de la femme dans ce genre de montage, on cible souvent la femme et l'enfant, cette problématique est vue comme un bénéficiaire dans les pays et je cherche à le voir dans le « Nord »

Il faudrait considérer que la femme est un vecteur est un truchement entre « eau », le produit « eau » et le reste de la population. Il y a plusieurs façons de l'envisager. Il y a l'accessibilité dans les pays du Sud et pourquoi on retrouve les femmes en train de porter l'eau, qui vont faire la pédagogie de l'eau sur les aspects essentiels suite à son rôle d'éducation… Quand tout manque, on revient à l'essentiel : l'eau, la santé. Il y a une mission sanitaire de base faite par la femme. Chose que l'on peut retrouver dans les sociétés dites civilisées dans la fonction de prescription de la femme, dans la consommation de l'eau versus le coca et autres boissons etc. Vous vous retrouvez dans une vision occidentalisée sur un respect sanitaire versus obésité.

Il y a un autre niveau, ce sont les familles en difficulté. Un autre cran. Comment fait-on que ces personnes ont accès à l'eau nonobstant leurs difficultés financières.

En fait ce qu'il y a derrière votre sujet, c'est la femme et l'accessibilité à l'eau. L'accessibilité se décline de différentes manières : le bien essentiel, la prescription, puis la rétribution, le paiement.

C'est peut-être aussi, la reconnaissance, la visibilité, une forme de reconnaissance qui apparaît sur l'espace public…

Il y a le caractère essentiel commun : l'eau est vital comme la femme donne la vie. La femme est porte parole de la vie, qui est intimement liée à l'eau.

Vous pourriez vous amusez à analysez les discours des porte paroles féminins comme Anne Le Strat, Maud Barlo aux Etats-Unis, Danielle Mitterrand, l'indienne… Voir du côté des tiers-mondistes. Il est intéressant de voir le lien entre guillemets « statutaire » entre la femme et l'eau dans le discours de l'eau, comment elle le dit car elle est elle-même porteuse de vie. Puis quel est son rôle qui est de l'ordre du statut. Puis il y a aussi le domaine de l'action pour rendre cette eau accessible.

Je suis porte parole, voir le lien entre statut et rôle et comment en termes de rôle, elle facilite l'accès à l'eau, comment elle le recommande par rapport à la consommation d'eau par rapport à d'autres produits. Ou encore, accessibilité dans les pays en voie de développement. Puis l'accessibilité économique au niveau du FSL. Une façon de creuser au niveau du Nord et peut être un lieu de comparaison. Allez voir Valérie Tordeur qui travaille beaucoup avec les acteurs sociaux à Dunkerque.

Alors entre eau et Développement Durable, c'est peut être un moyen de ressituer l'eau dans le

Développement Durable, dans les valeurs humaines, vitales qui sont propres à la femme.
Donc : Développement Durable, Perception Hommes – Femmes, Femmes sujet de l'avenir et de l'eau. J'avoue que quand on est dans les focus-groupes, ce sont sur les femmes sur lesquelles ont table car l'homme assez vite, préfère la technologie, il regarde et ça lui suffit. La femme est moins facilement convaincue.

En fait, dans ce sujet, j'utilise l'approche genre, est-ce que vous connaissez ?
L'approche genre, vous auriez besoin de qualifier avec un parti pris universitaire. Ce n'est pas quelque chose qui m'est familier mais c'est un bon élément de départ pour votre sujet. Il faudrait corréler être approche béhavioriste, statistique, fondamentale et psychologique pour porter votre sujet et qui contraindra à un choix.

Remarques
Prenez votre sujet comme un exercice de style, prenez du recul par rapport à votre analyse qui est un parti pris qui n'est pas forcément le mien mais je le prends en y mettant des gardes fous.
C'est important d'apporter un regard auto critique sur votre travail et avoir une ouverture, un constat sur ce qu'il reste à faire, montrer que c'est un travail qui n'est jamais fini… Cela est gage d'honnêteté. Il y a des limites, des perspectives et des résultats à mon travail. L'exercice de thèse est un exercice de style qu'il faut adapté et prendre comme tel.

Notes relatives au dispositif Eau pour tous.
Le programme accès à l'eau pour tous s'inscrit dans le cadre du Développement Durable.
Le développement Durable est axé sur la préservation du cadre de vie et de l'environnement. Dans la perspective de la problématique de la femme, on incite à faire davantage participer les femmes pour plus de complémentarité.
Le Développement Durable veut tout remettre en perspective, il est une formidable opportunité de remise en question et de réflexion.
Dans le développement durable, l'accès à l'eau est une donné de base, il est absolument nécessaire.
Le programme accès à l'eau pour tous à LDE a permis de développer des bases de données où l'on identifie la solvabilité du client, la facturation et prise en charge de la facture d'eau.
Ce programme est lié au FSL qui implique 3 acteurs clés la collectivité, le distributeur et les acteurs sociaux autour d'un produit : l'eau. Ici la femme semble jouer un rôle essentiel, elle est vecteur d'un rôle d'éducation et de lien. En effet, les personnes concernées sont souvent des familles en difficultés où l'accès à l'eau ne révèle pas une difficulté financière mais une difficulté sociale. Derrière l'accessibilité à l'eau se joue une prescription du non accès en tant que bien essentiel, l'eau est vital… Il doit être accessible. De nombreuses femmes d'ailleurs portent le combat de l'accès à l'eau pour tous : Anne Le Strat, Vandana Shiva, Danielle Mitterrand…
Il faut interviewer Valérie Tordeur à ce sujet. A Dunkerque, ils ont mis en place des focus groupe, des consultations avec les services sociaux…

28. Valérie Tordeur, Chargée de Communication, Centre littoral de Dunkerque, Lyonnaise des Eaux

Janvier 2007

Comment fonctionne le programme accès à l'eau pour tous à Dunkerque ?
Il s'inscrit dans le cadre du FLS (Fonds Solidarité Logement). Créé en 2001, LDE cotise à ce fonds. Elle a donc décidé de participer au Fonds Solidarité Eau qui fait partie du FLS.
Le programme a avant tout, un volet financier avec pour objectif, de rechercher des solutions aux impayés. Avec l'aide du service clientèle, est établi la liste des impayés. Dès qu'il y a un impayé, un dispositif clientèle est mis en place. Le but est d'échanger avec le client pour comprendre l'impayé. Quand il n'y a pas d'échanges et suite aux différentes étapes clientèle pour un dossier d'impayés, LDE s'adresse au CCAS des Mairies afin qu'elles contactent les personnes. LDE ne peut pas et n'a pas le rôle de substituer au services sociaux. Souvent les cas d'impayés cachent des situations sociales complexes comme un concubinage que l'on souhaite cacher pour des raisons financières. Dans ce cadre, on peut aussi contacter les associations qui peuvent avoir connaissance des dossiers ou qui peuvent se renseigner pour étudier la situation du client. Si la personne accepte d'avoir un suivi social, alors, on ne coupe pas l'eau.
Quand on regarde la plaquette du CIEAU sur le FSL, le FSL n'est pas uniquement financier, il s'agit de trouver une réponse sociale à un problème car tant qu'il n'y a pas de solution cherchée, le problème est récurrent et va forcément ressurgir.
Souvent la coupure d'eau est un moyen de rétablir un dialogue, de rétablir un lien avec les personnes en situation sociale difficile.
Il y a plusieurs solutions : des aides alimentaires, la formation à la gestion de la facture car en réalité, peu de personnes ont réellement l'impossibilité de payer leur facture.
Tous les mois, notre équipe se réunit avec les services concernés par ce processus qui révèle avant tout qu'il s'agit d'une difficulté sociale d'où l'importance d'établir un suivi clientèle et social.

Par rapport à la problématique femmes, quel lien voyez-vous entre femmes et eau ?
Le budget d'un bébé coûte très cher à une mère, le but de la mère est d'offrir le meilleur à son enfant surtout dans le cadre d'une vie actif, la mère compense en achetant de l'eau en bouteille à ses enfants, le produit à une valeur ajoutée. Ce type de comportement est de l'ordre irrationnel, il coûte plus cher mais le packaging offre un aspect rassurant qui conforte la mère dans son choix de donner le meilleur. Nombre de mamans cuisinent avec de l'eau en bouteille… Pourquoi la cuisine ? Encore une relation à l'enfant, à la fonction nourricière de la mère : on donne tout ce qu'on ne peut pas donner à l'enfant par nous-même.
Dans les bars à eau que nous organisons, de nombreuses fois nous sommes amenés à sensibiliser sur le coût de l'eau en bouteille et la différence avec de l'eau du robinet.

Note :
Caractère inconscient de la consommation d'eau.
L'accès à l'eau est un problème social.
Parallélisme de suivi entre LDE et LYDEC. On est en face de deux méthodes d'accompagnement clientèle, d'aide à la facture ou de gestion du service délivré.

29. Dominique SEVESTRE, Responsable Agence Clientèle, Lyonnaise des Eaux

Janvier 2007, Avril 2008

Comment a été crée le dispositif accès à l'eau pour tous à Dunkerque ?
On constate de nombreux cas de difficulté pour régler une facture d'eau. Derrière, se cache toujours une raison objective à ce non paiement et personne ne s'intéresse particulièrement à ces raisons.
Derrière les difficultés se cachent des personnes qui ont des vraies difficultés sociales souvent de l'ordre de la rupture familiale, de travail… On se sert du prétexte de la coupure d'eau pour consulter les services sociaux et leur renvoyer le dossier.
Historiquement, nous travaillons avec les services sociaux depuis plus de 15 ans et quand une personne était amenée à couper l'eau, il fallait savoir pourquoi, ce qui se cachait derrière cette situation.
Dans le dispositif clientèle, il existe des processus automatiques de recouvrement et progressivement, au fil du temps, on fait un montage progressif du dossier.
Les procédures répondent à des étapes précises : relance automatique, en cas de non réponse, contacte des services sociaux. Les services sociaux interviennent sur le terrain.

Comment intervient LDE dans ce cadre ?
LDE a deux agents « Solidarité Eau ». Ils sont chargés de personnaliser le suivi du client au niveau de sa facture. La gestion du budget eau est plus qu'un simple problème de revenu, il se retrouve à tous les niveaux de la famille. On propose alors des solutions d'étalement des dépenses, des aides matérielles disponibles comme les aides locales (CCAS) ou départementales (FSL) afin que le client revienne à un paiement de sa facture d'eau.
Pour faire avancer le processus, il est nécessaire de faire intervenir le service social car il s'agit d'une difficulté sociale où LDE peut servir de relais. Cette dynamique se joue à trois : LDE, Service social et Client.
Dès qu'on lance une démarche, il faut qu'il y est un retour, qu'on trouve une solution à travers les services sociaux pour la personne.

Quels sont les profils types des clients dans ces situations ?
Notre rôle n'est pas de savoir ce qui se passe ou qui sont vraiment ces personnes car nous devons établir une relation de confiance qui se base sur le respect de la vie privée. Les services sociaux peuvent donner un profil type de client. Nous fonctionnons comme EDF où le profil du client n'est pas précisé dans le dossier, on ne qualifie pas le client. Par contre, nous avons une obligation de procédures, notre rôle est la vigilance sur les cas, les aides sociales disponibles… Des informations dépendantes des services sociaux, ce sont donc eux qui nous aident à identifier les personnes qui sont dans situations.

Quel est le lien du programme avec les associations ?
Avec les Services sociaux, lorsqu'ils nous expliquent leurs problèmes et quand nous expliquons les nôtres, nous arrivons à régler 75% des problèmes avant qu'il y a litige, en prévention.
Néanmoins, pour le reste des personnes, quand on ne dispose d'informations sur leur situation, on sait qu'elles ne vont pas se présenter aux services sociaux, mais plutôt à des associations. Les associations ont alors un rôle de repérage des situations d'urgence.
On établit la même démarche avec les associations mais au contraire d'avec les services sociaux, la résolution du problème dépend principalement de la personne car les associations sont formées de bénévoles, ce qui est plus difficile à maîtriser. Egalement, la confidentialité est très importante. On propose alors un montage association et services sociaux pour aller voir le client.
A Dunkerque aujourd'hui, il y a une multiplicité d'interlocuteurs avec un réseau social dense difficile à gérer. Il est difficile de repérer les personnes ressources dans le tissu urbain. On a déjà travaillé avec Resto du Cœur, le Secours Catholique, des associations d'aide aux femmes en difficulté, des associations de quartier.
Le caractère confidentiel lié au bénévolat doit être dépassé. Avec les services sociaux, c'est facile d'identifier les personnes et pour nous également, on sait vers qui se tourner, avec les associations, c'est beaucoup plus difficile à maîtriser. A partir de ce constat, nous avons élaborer un dispositif d'information

et de formation destiné aux associations afin de communiquer sur l'eau du robinet qui est un gros poste de dépenses pour ces ménages.
On sait aperçu notamment au cours d'événements comme Immeubles en Fêtes que dans les quartiers en difficulté, 100% des ménages boivent de l'eau en bouteille.
On argumente pour changer ces habitudes, sur le coût mais aussi pour rassurer sur la qualité de l'eau et sur les impacts environnementaux de la consommation d'eau en bouteille.
L'enjeu est économique mais aussi de santé. Si les personnes ne sont pas habituées à boire de l'eau du robinet, elles vont préférer l'eau en bouteille et d'autant plus les sodas, boissons sucrées. Le lien est clair entre obésité et consommation d'eau du robinet ou non.

Quel est le lien avec le Développement Durable de ce programme ?
C'est un lien social avant tout. Ce programme nous a permis d'identifier des niveaux d'actions nécessaires et possible.
Quand on compare sur 2001/2003, les difficultés rencontrées, 50% sont des questions de gestion de budget du ménage, 15% des personnes sont en difficulté, 35% sont sur le départ ou partis.
Ce dispositif s'est répandu à d'autres départements, le FSL a développé d'autres formes d'aide comme le Fonds Solidarité Eau, l'électricité, la prise en charge des charges d'immeubles.
Dans le Nord, il y a beaucoup de difficultés à gérer et la signature de la convention avec le FSL a permis d'introduire une autre forme de gestion clientèle qui permet de mieux comprendre les raisons sociales derrière la problématique de la facture.

Et quel lien avec les femmes s'il existe ?
On est souvent dans le cas de famille monoparentale qui sont en difficulté. Ce n'est pas forcément visible, surtout qu'il n'y a pas eu de recherches sur le sujet et il faudrait s'appuyer sur les services sociaux pour identifier et révéler le problème. Dès qu'on appelle les services sociaux pour rétablir l'eau, cette démarche a permis de faire sortir le client et souvent derrière, il y a une problématique familiale. Souvent se cache des problèmes de violences conjugales, d'isolement… C'est une problématique de foyer, de cellule de base où l'eau joue un rôle révélateur essentiel.
Ce dispositif suppose du budget, un accompagnement dans le temps, c'est de l'argent. Mais pour nous, ce dispositif doit être décliné au niveau national dans le cadre d'une procédure qualité. Tous les Centres régionaux doivent consultés les services sociaux dans le cas d'impayés avant toutes actions.
La vraie difficulté est quand la personne refuse d'être aidée. Si la personne accepte de l'aide, il y a une solution mais si la personne refuse, il n'y a pas de solution.
On a eu pour l'instant deux cas vraiment insolvables, c'est donc très exceptionnel. Dans la majorité des cas, on peut aider à avancer sur la situation.

Note :
Interviewer les services sociaux. Voir s'il y a des enquêtes / statistiques sur le profil des clients.
Parallélisme de l'isolement, de femmes isolées entre les deux terrains.
L'eau, même rôle révélateur de situations sociales.
Même constat du non rôle du distributeur d'eau a s'impliquer au-delà de ses prérogatives. En France, la structure étatique permet le recours à d'autres acteurs. Semble bien délimité, après voir en quoi / jusqu'à quel point les acteurs poussent le suivi social.

Verbatim :
D. Sevestre, J.-L. Dezoomer, R. Agez
Cette démarche est une démarche sociale.
Les appels, ça change tous les jours, ça varie selon la facturation.
Ce dispositif dépend vraiment de la mairie, si la mairie n'est pas favorable à l'existence d'un CCAS, le dispositif disparaît.
L'échéancier, cela permet de trouver des moyens d'échelonner le paiement.
Couper l'eau, c'est un moyen d'établir le dialogue. Je sais qu'on peut me trouver fou quand je dis ça, mais c'est le résultat de 10 ans d'expérience et de la réalité que j'ai observée.

C’est très important selon moi, d’avoir un interlocuteur attitré que les CCAS connaissent et qu’ils peuvent appeler.
C’est une démarche qui a fait ses preuves, elle a été citée dans les avantages lorsque nous avons dû resigner avec la ville de Calais, un contrat que nous avons renouveler pour 15 ans.
Accompagner un client c’est plus qu’un dossier.
Cette démarche, nous l’avons construite progressivement, il a fallu beaucoup de temps car elle était nouvelle, elle venait du concessionnaire d’eau et cela paraissait étrange surtout vis-à-vis des Alter. Il a fallu trouver les bons interlocuteurs pour que le dispositif fasse boule de neige.

30. Jean-Luc DE ZOOMERRE, Chargé du projet Accès à l'eau pour tous, et Rodolphe AGEZ, Chargé du projet Accès à l'eau pour tous, Lyonnaise des Eaux

Janvier 2007, Mars-Avril 2008, *Observation participante et entretiens téléphoniques*

Historique du Programme « Eau pour tous » version Lyonnaise des Eaux :
Programme existant depuis 1992 à la demande d'une commune afin d'éviter les coupures d'eau. La demande a émané d'une commune (Laquelle ?) et s'est systématisée à l'ensemble des CCAS.

Missions :
- Gérer les impayés afin en trouvant des solutions durables pour les familles concernées.
- Accompagnement des CCAS dans leur aide aux familles les plus démunies.
- Gérer les dossiers de surendettement.

Communes gérées :
25-30.
- 18 communes de CUD.
- Nord pas de Calais (?)

Etapes :
1. Constat du non-paiement de la facture.
2. LDE signale au CCAS.
3. Les CCAS sont libres de leur méthode une fois que LDE a alerté.
4. Ils disposent de 15 à 25 jours pour trouver une solution, faire un état des lieux / recevoir les personnes.
5. A partir de là, un échéancier est établi pour permettre à la personne de régler sa facture.
6. Dans le cas où le logement est non-occupé, après assurance qu'il n'est pas occupé par une famille avec enfants, LDE entre dans le logement.
7. L'objectif : éviter de couper l'eau à des familles, accompagner les familles et trouver des solutions durables.

Résultats du dispositif :
- De moins en moins de coupures.
- Identification des problèmes avant la fermeture. L'avis de fermeture permet le plus souvent ce dispositif de révéler une situation, de faire réagir une famille « elle rend visible une situation sociale difficile comme par exemple une famille qui était bénéficiaire des aides du CAF. La CAF ne versait plus à la famille car elle n'avait pas connaissance du bon numéro de compte bancaire. La coupure d'eau a permis de renouer le contact du CAF avec cette famille et le reversement de l'aide.

« Nous faisons de la gestion clientèle, mais elle est plus longue. On fonctionne comme le centre d'appels sauf que nous traitons des dossiers qui ont besoin d'un suivi plus personnalisé, ce suivi plus long car cela prend plus de temps de trouver des solutions pour ces familles. On en arrive à connaître les personnes, souvent, on retrouve les mêmes familles. Aujourd'hui on peut dire qu'on connaît bien les familles de Saint-Pol-sur-Mer, on a vraiment une connaissance fine de la ville. »

Dossier type :
Révèle souvent des situations de famille monoparentale, une mère avec des enfants.
Concerne entre 1 et 3% des foyers par commune.

Relations CCAS : relève du partenariat
Liens très forts, relations quotidiennes et de confiance, beaucoup de confidentialité dans des cas sociaux lourds et difficiles.

Liens avec les associations :

Réunion avec les CCAS et les associations pour trouver des solutions alternatives ou des moyens d'atteindre les familles là où les CCAS ne peuvent plus.
Nous travaillons avec le Carrefour des Solidarités qui regroupe des associations diverses. C'est surtout vers ces associations qu'on va communiquer des supports plus institutionnels, sensibiliser sur la facture et la consommation d'eau pour donner des conseils.
Associations : ATD Quart Monde, Resto du Cœur, etc. Le panel des associations est assez classique.

Moyens de communication :
Oralité.
Forum, bars à eaux, écoles…
Supports de communication pour les CCAS, les associations.

Commentaires :
« Il arrive que le CCAS nous demande de couper l'eau pour faire réagir la famille. L'eau est perçue comme un moyen de reprise de contacts. »
« Le partenariat est très fort entre LDE et les CCAS. Il nous arrive à d'interpeller le CCAS sur la situation d'une famille. LDE partage des informations souvent très confidentielles avec les CCAS pour mieux cerner les problématiques vécues par la famille (informations comme le cas de violences conjugales, inceste). L'eau n'est qu'un vecteur visible de situation sociale parfois extrême et alarmante. »

Les Services Sociaux, aspects femme / homme :
Nous travaillons avec 75% de femmes. Depuis 92, le métier s'est masculinisé. Cela est bien car dans certaines situations, c'est beaucoup mieux que ce soit un homme qui est plus dur, plus ferme. Au contraire dans certaines situations, c'est mieux si c'est une femme.
Il faut noter que ce sont les femmes qui vont voir l'assistante sociale en cas de problèmes, rarement les hommes pour des questions de société et parce qu'elles sont les premières concernées par le foyer.

Focus :
Saint Pol sur Mer. 23.000 hab.
Dans cette commune, le chômage est très élevé. Le CCAS est très volontaire. Il fait du porte à porte pour trouver des solutions, ils sont vraiment des gens de terrain… C'est en parti lié au maire qui est très impliqué sur le sujet.

31. Bouchra GHIATI, Directrice de la Communication et du Développement Durable, Lydec

Entretien Avril 2007.

Quelle est votre fonction à Lydec ?
Je suis Directeur de la communication depuis bientôt 10 ans.

Est-ce difficile d'y travailler comme femme ?
Ce n'est aps difficile, mais ça n'est pas facile tous les jours. La difficulté pour moi, c'est de défendre les intérêts de la communication et de l'image de l'entreprise et ce n'est pas toujours facile de la défendre dans un univers technique et ingénieur. Après, je trouve qu'il y a plus de femmes à Lydec notamment à la direction que dans d'autres entreprises françaises. On est 3 ou 4 à faire partie du comité de direction, c'est déjà beaucoup.

Instinctivement, que pensez-vous du lien « eau et femme » ?
Instincivement ? Ce sont les femmes qui attendent à la Borne Fontaine que l'on voit faire la queue dans les quartiers non raccordés de Casablanca. Ce sont les femmes dans les zones rurales qui doivent aller chercher l'eau pendant des kilomètres. Ce sont les petites filles qui ne vont pas à l'école pour assurer l'apprivisionnement de l'eau de la famille. C'est la corvée d'eau pour moi l'eau et la femme.

A Lydec, pensez-vous que c'est un thème sur lequel vous pouvez communiquer ?
Cela dépend de la cible. C'est un thème porteur, c'est un thème de responsabilité sociale qui touche le quotidien et les pratiques sociales c'est pour ça qu'il n'est pas facile. En fait, on va communiquer sur ce thème pour montrer les impacts positifs pour la vie des femmes et des communautés. Il ne faut pas que montrer l'aspect femme, il faut souligner le progrès dans son ensemble… C'est un peu le but du programme INMAE. Quand on communiquer sur ce programme, on communique sur les changements et c'est vrai que les premières concernées, ce sont des femmes. Il y a de beaux thèmes pour le discours comme l'amélioration de la santé, l'accès à l'éducation.

Est-ce que cela peut être problématique pour une entreprise comme Lydec de se positionner sur la promotion du statut de la femme à travers l'accès à l'eau ?
Non… Je pense que tout le monde a conscience que l'eau est moteur de développement, c'est le but du discours de sa Majesté le Roi sur l'INDH. Je pense qu'il faut promouvoir l'accès à l'eau au Maroc. C'est d'ailleurs, depuis ce discours, notre responsabilité contractuelle. Nous devons apporter l'eau aux foyers défavorisés et ça, c'est un grand changement de perspective pour nous. A Lydec, on travaillait avant ce discours avec les foyers défavorisés pour leur apporter l'électricité puis l'eau. Quand sa Majesté a prononcé ce discours, LYDEC a signé un accord pour s'engager dans l'INDH et apporter l'eau dans les foyers non raccordés. C'est un vaste programme et les changements pour les populations ne sont qu'une partie de l'iceberg. Il y a d'autres problématiques qui accompagnent ces nouvelles prérogratives comme la question du foncier, le financement du projet car c'est très coûteur de brancher ces zones à l'eau, il y a aussi la faisabilité technique, etc. Ce sujet en fait, dépend principalement du Département d'accompagnement Clientèle du Programme INMAE et je vous conseille d'aller interroger sa responsable si vous voulez creuser sur leurs méthodes de travail avec les femmes et les populations de ces quartiers.

Connaissez-vous l'approche genre ?
Oui, je le connais. Nous travaillons avec ALMAE qui travaille sur cette thématique. Nous souhaitons poursuivre avec eux sur ces aspects liés au développement des quartiers défavorisés pour mieux connaître les impacts de l'arrivée de l'eau. Nous pensons organiser des actions de communication justement mais pour cela, il faut que les projets soient plus avancés… Lydec a lancé le programme INMAE à la fin de l'année 2005, c'est encore un peu tôt mais cela fait partie des objectifs. Pour l'instant, on peut déjà parler des effets des deux programmes pour les branchements électriques des bidonvilles et les branchements bleus.

Penez-vous que l'approche genre puisse être intéressante pour analyser Lydec ?
Ca pourrait être intéressant pour les ressources Humaines oui ! En tous cas, je serai intéressée par les résultats car je crois qu'à Lydec, les femmes ont malgré une place assez importante en comparaison à d'autres compagnies et pas seulement au niveau marocain… Car malgré tout, au niveau marocain, les femmes restent encore peu représentées dans les organes de décision. Le taux progresse mais il y a encore des progères à faire.

32. Laurent GUILLAUME, Directeur des Ressources Humaines, LYDEC

Entretien avril 2008

Quelle est la place de la femme dans votre entreprise ?
La place est différente au niveau de la hiérarchie et il y a plus de respect. Cela se voit par une présence plus importante des femmes au niveau supérieur de la hiérarchie par rapport aux autres entités du groupe. Nous sommes dans une entreprise marquée par la culture religieuse, ce qui fait qu'il y a des difficultés au niveau des positions intermédiaires. L'équilibre femme et homme est complètement intégré, les femmes sont reconnues pour leur qualités professionnelles, ce qui a permis de dépasser certaines débats. La culture dominante reste celle de l'ingénieur néanmoins.
Dans les niveaux inférieurs où il y a moins d'éducation, on perçoit clairement des comportements de « petits chefs » qui peut poser problème.

Quelles sont les actions menées ?
Il n'y a pas d'actions spécifiques car serait-ce une bonne chose ? Il y a une peur de provoquer quelque chose en lançant des actions dans un climat qui pour l'instant reste positif. En plus, il y a une limite à ne pas franchir entre la culture et la religion. Sur ce sujet, on peut agir sans le vouloir sur le religieux. Je suis d'ailleurs assez surpris de voir que ce sujet n'est pas diabolisé, que la différence homme et femme ne soit pas si forte, on aurait pu penser voir des pressions plus fortes s'exercer. Il faut donc dans tous les cas, prendre en compte les principes religieux.

En quoi une approche genre peut aider une meilleure gestion des RH ?
Le genre va dans le sens du développement au Maroc, dans le sens d'un épanouissement féminin total, dans le sens d'un développement total. Cette approche plaît aux jeunes, à une génération qui prend du recul par rapport aux valeurs de la génération précédente. Sur ce sujet, c'est vrai que les entreprises peuvent être le relais de ce changement.
SUEZ est une entreprise sécuritaire, qui aime le portrait du bon père de famille, des valeurs qui restent et qui sont portées par le Groupe. C'est du moins ce que je ressens et cela contribue à apporter des valeurs, l'équité à ce titre, est un mélange harmonieux favorable qui permet de mettre en valeur les compétences des hommes et des femmes.

Quel lien faites-vous entre femme et DD, puis eau ?
Celui de la maternité, les femmes portent les enfants, elles vont davantage porter les valeurs du DD que les hommes. Par contre, je ne vois pas de lien direct entre eau et femme. Je dirai que les femmes portent plus les valeurs de préservation de la ressource, de santé et d'esthétisme. Je vois un lien plus harmonieux de recherche d'esthétisme, de beauté à créer alors que les hommes sont plus dans la technique et aussi plus respectueux de l'environnement comme un système global. De fait, les différences de genre vont être véhiculées par les valeurs familiales.

En matière d'accès à l'eau, quelle est la place de la femme ?
C'est la première image à laquelle on pense, celle de l'effort physique, on pense à toute cette énergie dépensée à s'en tuer. Il y a aussi la question du temps libre. L'autre aspect est de limiter la mortalité des enfants par rapport à une eau insalubre qui souvent est stockée. Enfin, il y a un aspect agricole qui est la culture des champs.

Quel est lien entre ce programme et l'entreprise ?
C'est une démarche « hypocrite » car fournir de l'eau aux pauvres, c'est perdre de l'argent. De fait, la communication sur ces actions va forcément être ambiguë. On va communiquer des bonnes pratiques qui vont diminuer nos ventes et notre chiffre d'affaire, ce qui est contradictoire. Néanmoins, on se doit de le faire pour les collectivités, on doit instaurer une tranche sociale pour limiter les coûts pour ces personnes. C'est selon moi, un engagement courageux de la part de l'entreprise qui va contre ce qui est productif au sens économique mais par contre, cela répond à un engagement citoyen, à une responsabilité qui nous permet de fidéliser des clients, de faire du marketing auprès des clients.

1	5
2	4
3	5
4	2
5	0
6	4

A ce titre, la gestion de l'eau est contrainte par la réglementation, ces contraintes s'appliquent sur les industriels, les acteurs et son rôle est de sauver la ressource, sauver la planète.

Commentaires
L'approche genre suppose une formation sur les discours. Aujourd'hui, ces questions sont plus réglementées, cela vient des problèmes de harcèlement. C'est un débat récent qui relevait de tabous et qui n'était pas encore complètement clarifié. Les outils de réglementation ont été forts utiles pour les RH notamment, ils ont permis d'être intégrés dans les objectifs de RH et de devenir concret.

33. Tahar AGAL, Responsable Aquasistance Maroc et Directeur Exploitation Eau et Assainissement

Entretien février 2008

Quelle est votre fonction au sein de Lydec ?
Je suis Directeur de l'exploitation de l'eau et de l'assainissement. Je suis également en charge d'Aquasistance au Maroc.

Dans votre direction à Lydec, y-a-t-il des femmes ?
La direction est très masculine. Il y a peu de femmes, car dans mon métier, c'est très technique, c'est un métier d'ingénieurs où il y a peu de femmes. Nous travaillons avec elles mais elles sont surtout dans d'autres directions. Il s'agit de collaborer ensemble pour accomplir une mission, remplir les obligations d'un contrat… Les différences entre les hommes et les femmes ne doivent pas influencer notre travail.

Quels sont les projets d'Aquasistance au Maroc ?
Il s'agit d'apporter l'eau dans des zones rurales du Maroc. Nous travaillons sur des projets qui sont situés hors de la périphérie du contrat de Lydec. Nous avons apporter l'eau en construisant des châteaux d'eau, en installant des bornes fontaines ou encore, des toilettes. Dans les campagnes, il manque souvent de l'accès à l'eau comme des séparations des toilettes entre les filles et les garçons dans les écoles. Construire des toilettes filles et garçons, cela pousse souvent les jeunes filles a déserté l'école.

Selon vous, quel est le lien entre l'eau et la femme ?
Je pense qu'il ne faut pas insister sur les différences. Au Maroc, la femme joue un rôle très important dans le foyer c'est évident… En parler, d'une certaine façon, c'est remettre en question ce rôle, la représentation que les hommes, la société porte sur ce respect qu'on leur doit. Après, pour l'eau et la femme en particulier, je viens du milieu rural, donc pour moi, c'est la petite fille qui doit aller chercher l'eau et parcourir des kilomètres. L'eau et la femme, c'est la corvée de l'eau. C'est vrai qu'on le voit assez vite les impacts de l'arrivée de l'eau dans les villages, je vous le disais, les filles vont plus à l'école. Mais il y a aussi des changements sur la santé, moins de maladies… L'eau est facteur de développement et elle change la condition de la femme.

Existe-t-il un lien entre la femme et l'eau et le Développement Durable selon vous ?
On en parle. Je veux dire qu'on entend parler de ce lien parce que la femme gère l'eau, le bois… Toutes les ressources pour le foyer et cela part de l'idée assez logique que la femme gère mieux ces ressources de l'environnement… Après que cela se traduit dans le développement durable… Ca veut dire que les femmes gèrent mieux l'environnement… Pour moi c'est parce que cela fait parti de la tradition, de la realité. C'est ce qu'on voit au quotidien, dans le foyer. Le Développement Durable c'est un concept théorique, la réalité, c'est les choses qui sont venues avec les coutumes, les habitudes des personnes. Pour moi, je vois surtout le développement durable comme ce qu'on fait à Lydec où l'on parle de la place de la femme pour améliorer les ressources humaines. Là il faudrait regarder, c'est le lien dans la réalité… Et ne pas pointer des choses qui peuvent remettre en question l'odre des choses. Les femmes s'occupent de gérer l'eau dans le foyer, pour ça il faut les aider mais il ne faut pas mélanger avec changer des valeurs de la société… son organisation si vous préférerez.

34. Leila BERRADA, Responsable Lydec et vous et Hicham DAOUDI, Responsable Marketing.

Entretien Mars 2007
Observation participante sur Lydec et vous.

Quelle est la finalité de *Lydec et vous* ?
Lydec et vous est un magazine d'information destiné aux clients de LYDEC. Nous abordons des questions d'actualités sur Lydec et surtout des questions liés à la gestion de la clientèle et aux préoccupations des consommateurs.

Quels sont ces sujets par exemple ?
Cela peut couvrir le prix du service de l'eau, les différents services mis à la disposition du client pour l'aider à régler sa facture comme les bornes de paiement dans les distributeurs de banque ou dans les épiceries. Ces dispositifs sont destinés à lui éviter de se déplacer. Sinon nous communiquer à l'occasion d'événement comme le Ramadan ou les actions de communication de Lydec comme le programme Plages Propres ou les expositions destinées aux enfants.

Avez-vous identifié une cible en particulier comme L'eau et vous de Lyonnaise des Eaux qui s'adresse à la mère de famille / la femme au foyer ?
Non. Nous ne sommes pas aussi précis que L'eau et vous. Notre support est plus petit et nous n'avons pas à cibler autant. Nous sommes dans une dynamique où nous devons informer nos clients sur le service en lui-même, nous ne pouvons pas vraiment donner autant de conseils et de contenu que L'eau et vous. Par contre c'est vrai qu'on essaie de plus en plus de donner des conseils et des bonness pratiques surtout pour les déchets et le gaspillage de l'eau. C'est un aspect que nous avons développé ces derniers temps.

A qui ce support est-il distribué ?
A un échantillon de consommateurs de Lydec. Nous ne sommes pas sur une diffusion globale et étendue à tous nos clients, ce serait trop coûteux… Aussi nous organisons des échantillons par délégation et on essaie d'arroser des clients différents pour faire connaître ce support et nos activités.

Travaillez-vous sur des supports pour les futurs clients issus des quartiers défavorisés ?
C'est en cours. Nous avons développé avec INMAE un guide spécial pour ces clients. Et nous allons bientôt produire une brochure destinée aux populations ciblées par INMAE.

35. Ingrid Pechell, Responsable Département d'Action Clientèle, Lydec

Entretien Mars 2007, Mars 2008
Observation participante, travail en équipe sur le suivi des animations et focus groupe

Pouvez-vous m'expliquer la méthode de diagnostic social que vous appliquez sur le terrain ?
En fait c'est une méthode que nous avons élaboré progressivement. Au début, elle était basée sur 3 outils :

1. Etat des lieux.
2. Cartographie.
3. Création d'une base de données
4. Identifier Personnes ressources
5. Lancer l'approche participative et le lien avec les populations avant, pendant et après les travaux
6. Instituer une relation clientèle au fur et à mesure pour intégrer les populations à la clientèle « classique » de Lydec

On avait beaucoup développé au début, des outils plus de « géographes » comme des outils comme une image satellitaire, repérage et numérotation des maisons ce qui permet ensuite la création de bases de données de façon organisée, de faire un référencement de quartiers qui n'étaient tout simplement pas connu ni cartographié. On ne savait qui habitait là, où exactement, dans quelles conditions, etc. C'était partir de rien et inventer une méthodologie pour créer une base de données clientèle ad hoc. En fait, pour procéder, nous avons choisi un critère qui nous semblait le plus naturel et facile à réaliser qui le critère de l'apparence de la maison. On a établi une base de données sur 4 types d'habitat partant du plus pauvre, le plus basique avec juste un niveau aux maisons avec deux étages, un palier, etc. qui montre que les habitants sont installés et ont investi dans cette habitation.

A partir de ce référencement, vous commencez à travailler avec les populations ?
Oui, nous lançons tout un processus d'animation clientèle qui est basée sur l'approche participative et qui consiste tout simplement à laisser parler les habitants pour recueillir leurs demandes et surtout obtenir leur adhésion pour payer le service. Et en fait, cette méthode a beaucoup évolué depuis le début de l'initiative. On la teste, on l'adapte au contexte du douar sur lequel on travaille. Il y a beaucoup de différences entre les zones rurales, péri-urbaines et urbains. Les débuts sont les plus importants. Les premiers contacts permettent de jeter les bases pour travailler ensemble en même temps d'expliquer notre démarche aux populations.

Combien de temps dure cette démarche ?
Il faut en général 6 mois pour raccorder si le projet ne connaît pas trop de difficultés notamment foncières. Cette étape de faisabilité sociale suppose de glaner les informations au niveau des populations. Par exemple, il y a beaucoup de conflits liés à l'attente à la BF surtout pendant le mois de ramadan. L'attente, les conflits amènent les femmes à solliciter leurs enfants et leur demander de gérer pour elles. En fait, l'objectif de la phase de diagnostic est de créer un lien avec la population car en faisant un référencement, on est sur le terrain et on apprend à repérer les personnes clés, l'organisation de la communauté, etc. Cette phase de repérage permet de poursuivre plus facilement pour entrer en contact avec la population.

Comment entrez-vous en contact avec la population exactement ?
Il y a plusieurs niveaux. Déjà, il nous faut l'accord des autorités et contacter l'autorité publique locale. Après, on établit un portrait de la communauté en repérant les personnes ressources de la communauté qui sont souvent les mêmes… L'autorité religieuse, le professeur d'école, les personnes âgées, certains commerçants… Il faut que l'on contact les personnes qui ont de l'influence et qu'on établisse une relation de confiance avec elles car ce sont elles qui vont transmettre le message, détecter les attentes des populations, déterminer le message pour persuader les autres membres de la communauté.

Y-a-t-il des femmes dans ces personnes ressources ?
Oui. Surtout les vieilles femmes, celles qui ont un rôle ancien dans la communauté. On voit aussi les jeunes femmes plus progressites s'impliquer. Mais d'une manière générale, les femmes vont jouer un rôle important pour convaincre leurs maris car elles perçoivent plus rapidement les effets de l'arrivée de l'eau

que les hommes… Mais il ne faut pas faire de généralités, car cela dépend vraiment du contexte du douar. Je dirai qu'elles ont une sensibilité plus affinée des conséquences et s'impliquent plus facilement que sur d'autres sujets je pense.

Connaissez-vous l'approche Genre ?
Non.

Il s'agit de différencier les hommes et les femmes lorsque l'on procède à un portrait sociologique d'une communauté. Il s'agit de prendre en compte leurs besoins particuliers, ceux des hommes et ceux des femmes.
Alors je connais l'approche genre sans avoir mis de nom ! Je ne savais pas que cela s'appelait comme ça… Mais dans notre démarche, nous différencions clairement les hommes et les femmes sinon ce serait complètement déplacé et inefficace. Nous organisons des réunions hommes, femmes et enfants et des réunions de la commuanuté dans son ensemble. Nous essayons aussi de répertorier les hommes et les femmes quand nous faisons notre référencement. Nous avons eu des étudiants qui ont conduit une enquête sur les impacts socio-économiques de l'arrivée de l'eau dans les douars et nous allons poursuivre cette démarche car cela montre les effets de l'arrivée de l'eau et ce à quoi contribue Lydec de façon très concrète… Notre méthode se base sur les principes de l'ingénierie sociale, de l'approche participative qui implique de s'adresser à toutes acteurs présents et c'est évident, les femmes aussi. Les femmes, les hommes sont concernés.

Pensez-vous qu'il y est un lien entre femme et eau ?
Je dirai qu'il y a un lien issu de la réalité. Les femmes doivent gérer l'eau pour le foyer. Après, pour moi, c'est une question de sensibilité, on ne peut pas faire de généralités. Les femmes sont des moteurs pour nous dans les communautés mais selon leur niveau d'éducation, elles vont plus ou moins percevoir les impacts de l'arrivée de l'eau, les liens avec la santé… Ce qui est certain, c'est qu'elles comprennent vite que l'eau va changer leur quotidien… Ce qui explique pourquoi elles s'impliquent rapidement.

Comment vous adressez-vous à ces populations ? Avez-vous des supports pour vous aider à les informer ?
Oui… Bien sûr. Nous avons élaboré plusieurs types de supports assez basiques surtout pour les réunions communautaires. Quand on va réunir tous ces gens, les supports élaborés pour communiquer vers la communauté permette la participation de tous et surtout de ceux qui sont inalphabètes car nous utilisons beaucoup d'images. Après sur le contenu, notre argumentaire principal est le service apportépar Lydec. Après pour les focus-groupe, on a différents supports qui différencient les hommes et les femmes. En fait, pour les femmes, on détaillent plus tout ce qui est lié à la santé et à l'hygiène que pour les hommes même si on s'est aperçu que les deux sont très intéressés par ces aspects.

Comment arrivez-vous à obtenir l'adhésion des populations pour prendre le service car cela représente un coût pour ces populations ?
Tout à fait. Ca prend du temps. Pour obtenir l'adhésion, il faut faire du porte à porte pour obtenir l'engagement légalisé… Et cela pose souvent un problème de légalisation de la propriété. C'est une problématique très importante dans notre démarche, la problématique foncière. On n'y pense pas nécessairement mais une partie de notre travail, à mon niveau en particulier, c'est de travailler avec les autorités locales pour obtenir l'accord pour légaliser les terrains et apporter l'eau à des foyers qui habitent sur des zones qui pour l'instant, n'avaient pas de statut. C'est une problématique de légalisation de populations entières qui sont venues s'installer dans la ville ou sa périphérie et qui avec l'eau, deviennent des habitants de longue durée… Car l'eau c'est un coût et on ne va pas s'amuser à creuser des tranchées sans être certains à 100% que les populations vont pouvoir rester sur ces zones.

Comment faites-vous pour arriver à aboutir cette problématique foncière ?
C'est un problème politique qui ne dépend pas des prérogatives de Lydec… Mais concrètement, nous avons trouvé une solution intermédiaire qui consiste à faire valider des listes de foyers par les autorités

locales. Quand on atteint un certain niveau d'adhésion et de nombre de foyers légalisés sur une même zone, on lance les travaux.

Comment se passe la phase des travaux ? Et la phase d'après les travaux ?
Il faut continuer à informer la population. Nos animateurs continuent à aller sur place surtout si les travaux prennent du retard, mais globalement, ils vont moins sur le terrain que pendant la phase de référencement. Après les travaux, c'est la pose des compteurs. C'est très symbolique comme étape car cela veut dire que les personnes entrent dans le schéma classique de la clientèle. Nous avons d'ailleurs une personne qui est dédiée à ce travail qui est celui de gérer et apporter des solutions pour faciliter la transition de ces personnes habitant des zones non raccordées et illégales à une position de client Lydec « comme les autres ». Elle travaille notamment sur les normes clientèle, la facturation, etc. Puis aussi, on lance toute une campagne de sensibilisation sur les bonnes pratiques et la facture d'eau. On continue à aller plus ponctuellement sur le terrain mais globalement, une fois que les populations sont raccordées, nous n'avons plus d'occasion de retourner sur le terrain si ce n'est le lien qui s'est établi avec les familles… Ce qui arrive assez souvent en fait !

36. Abdelatif Abderazak, Chef de projet Lamkenssa, Lydec

Entretien avril 2007
Observation participante, suivi des équipes et focus groupe

Pouvez-vous me présenter le douar sur lequel vous travaillez ?
Il s'agit du Douar de Lamkenssa, un quartier assez important dans le programme INMAE. Il est situé en périphérie de Casablanca entre le milieu urbain et le rural ce qui fait qu'il y a des situations très différentes selon l'endroit où on se trouve car Lamkenssa est très étendu.

Pouvez-vous me présenter le bloc B en particulier ?
Ce bloc est le premier surlequel on a vraiment pu travailler et tester nos méthodes. C'est un des premiers sur lequel nous avons vraiment travaillé pour le moment en fait, avec le douar de Rmel. Pourquoi ? Parce que ce bloc est très structuré, il s'agit de quelques rues regroupées dans une vie de quartiers organisée où toute le monde se connait et où il y a une vraie vie de communauté. On y compte 77 foyers mais par foyer, on entend un foyer au sens large qui regroupe une famille mais aussi les parents de la famille de la grand-mère aux cousins etc.

Qu'avez-vous fait comme actions en particulier sur ce douar ?
Le but du programme INMAE est d'apporter l'eau à ces familles. Il s'agit de faire des branchements domiciliaires donc d'apporter l'eau directement dans le foyer. C'est un programme long et coûteux car il faut creuser dans la ville pour amener l'eau, mettre un compteur et établir une connexion depuis la maison vers le tuyau. Pour faire ce travail, on ne peut pas ne pas être en contact avec la population. Il faut l'informer, c'est sûr mais il faut surtout avoir son accord car elle va contribuer à payer une partie du branchement. Evidemment, le programme INMAE limite le coût pour ces familles qui sont très démunies… C'est donc un investissement pour elles. C'est pour ça qu'on doit les contacter, apprendre à les connaître, les informer, etc. Donc on fait des réunions, des focus groupes, on vient dans les quartiers pour renseigner les gens.

Est-ce que vous rencontrez des réticences ?
Non pas vraiment. En général, le problème, c'est le foncier, ce ne sont pas les gens. On a surtout beaucoup de soutien de la part des femmes. Elles sont souvent heureuses du service, ce qui les intéresse, c'est d'avoir le service à la maison, chez elles car cela les décharge de la difficulté de porter l'eau et elles n'ont plus à attendre. Les hommes, c'est plus difficile. La difficulté principale est de réunir les hommes qui travaillent. Il y a rarement du scepticisme ou un sentiment d'inutilité du service.

Quels sont les liens que vous construisez avec ces familles ?
Il est important d'établir un lien au cours des réunions, d'être transparent, de savoir qu'il est un client et qu'il a des droits et des devoirs, d'être logique et clair dans notre discours et nos relations. La personne attend le discours, il faut être cohérent et le traiter comme un client.

Quel type de sujets abordez-vous au cours de ces réunions ?
En général, on va présenter des bonnes pratiques, donner de l'information sur l'avancée des travaux, la présentation du service… Cela dépend du stade du projet. Au cours des animations et des focus groupes, on s'aperçoit que les femmes veulent des précisions sur les pratiques et les usages au quotidien. Elles sont en général plus nombreuses aux réunions car elles ne travaillent pas et restent dans le foyer.

Est-ce que vous faites des focus groupes « hommes » et « femmes » ?
Oui. Il est très important de différencier les femmes, les enfants et les hommes qui n'expriment pas les mêmes besoins et n'ont pas les mêmes pratiques. Les enfants, c'est important de les sensibiliser aux déchets car ce sont eux qui jettent les déchets dans la nature. Il y a un autre problème aussi, souvent c'est l'analphabétisme pose problème. Il faut s'adapter à son langage, à sa façon de parler à lui car ces personnes font face à beaucoup de pauvreté et de difficultés. Il faut faire attention à la façon dont on parle et dont on travaille.

Est-ce que vous avez déjà entendu parler du genre ?
Oui. J'ai travaillé dans le milieu associatif avant et on en parle. C'est approche qui pour moi montre qu'il faut intégrer les différences dans ses méthodes de travail. Pour mon travail aujourd'hui à Lydec, c'est essentiel. Si je ne m'adresse pas aux hommes puis aux femmes, je manque une partie de mon travail car ils ne sont disponibles aux même moment et puis ils n'ont pas le même de préoccupations et de vision sur l'arrivée du service.

Pouvez-vous m'expliquer ces différences ?
Les hommes, il faut leur expliquer car ils ne perçoivent pas naturellement. Ils le savent mais ils sont plus préoccupés par la question du coût. Les femmes, elles voient tout de suite le changement pour leur quotidien car elles doivent porter l'eau, la stocker et souvent aussi, elles paient l'eau. Ce qui fait qu'elles sont souvent très intéressées par les questions administratives, le coût… En fait, je ne pensais pas qu'elles seraient aussi impliquer par ces questions là. Et du coup, elles prennent la parole et s'engagent beaucoup au sein de la communauté pour convaincre ceux qui sont réticents… Parce que je vous explique, pour que le service arrive, il faut que nous atteignons un niveau d'adhésion globale supérieure à 60%-80% sinon, l'installation du service ne marche pas et nous coûte cher à Lydec. Donc si des foyers ne veulent pas de l'eau, ils peuvent bloquer l'arrivée du service pour les autres membres de la communauté.

Selon vous, quel est le lien entre eau et femme ? Naturellement ? Spontanément ?
Pour moi, c'est la corvée de l'eau. C'est la petite fille qui doit aller chercher l'eau. Ce sont les femmes qui attendent. C'est la maîtresse de maison qui décide du bain, de la lessive ou de l'eau pour la nourriture. C'est une vraie tâche qui est difficile à supporter pour moi. L'arrivée du service montre tous les changements provoqués pour leur vie au quotidien.

Quels sont ces changements ?
L'amélioration de la santé, la propreté des rues, le temps qui est gagné pour ces femmes… L'éducation car les petites filles n'ont plus à aller chercher l'eau, elles peuvent aller à l'école. Pour moi, aussi, enfin j'espère, que les femmes après vont avoir du temps pour aller prendre des cours d'alphabétisation. Ou peut être avoir un petit travail. Pour moi, ça, ce serait un vrai changement qu'apporterait l'eau car ça complètement changer leur position au sein de la communauté, au sein du foyer et je pense que c'est un bon changement. C'est bien pour la femme, ça lui facilite la vie d'une certaine façon….

37. Abdelmajid Hillal, Chef de projet INMAE, Douar Rmel, Lydec

Entretien mars 2007

Pouvez-vous m'expliquer votre fonction ?
Je suis responsable de projet pour le programme INMAE. Je m'occupe en particulier du Douar Rmel qui est un douar situé en zone péri urbaine de Casablanca.

Quel est votre rôle exactement ?
Je suis responsable des animateurs de quartiers qui vont à la rencontre des gens qui sont les futures clients de Lydec. Mon rôle est de les accompagner et les superviser dans leur travail. Sur Rmel, on va par exemple, diviser le douar par secteur et aller petit à petit d'un secteur à un autre pour obtenir l'adhésion des familles pour payer le service. Pour cela on va organiser des réunions ou des focus groupes. La décision du mode de réunion est prise par LYDEC, par la responsable de notre programme. Elle va décider avec moi et selon le type de quartier, de quel type de réunion il faut faire. En fait, lorsque l'on doit mettre le service, les placards, c'est à nous de faire la médiation. Les animateurs font le lien entre la communauté et le chef du projet. On est des médiateurs, on crée un lien avec les futurs clients. En plus, ces gens, personne ne leur parlait avant, alors on est en général, bien accueilli car on les considère, on les écoute…

Quel est le but des ces réunions ?
Notre but est d'obtenir l'adhésion avant d'installer le service. Dans les focus groupes, il faut faire participer, impliquer le client dans le projet, l'amener à s'exprimer sur le projet. Pour les réunions communautaires, en général, il faut informer. C'est plus global. On parle des travaux, du coût du service, on présente la Lydec.

Travaillez-vous avec les femmes et les hommes ?
Oui. Complètement. Avec les deux. Et les enfants aussi. Les femmes, c'est vraiment important de s'adresser à elles car elles gèrent l'eau au quotidien. Dans les zones rurales, les femmes et les enfants s'occupent de l'eau et doivent aller la chercher, parfois sur plus de 5 kms. Pour elles, le service, c'est un grand changement. C'est un luxe. C'est ce qu'elles attendent depuis souvent longtemps.

Quel est le lien entre l'eau et la femme pour vous ?
L'eau et la femme ? Pour moi, je dirai que c'est la gestion de l'eau pour la famille. C'est devoir aller cherche l'eau, la stocker, compter les réserves… C'est une fatigue aussi. Porter l'eau, c'est difficile. IL faut voir ces femmes et même les petites filles qui portent l'eau. Oui pour l'eau avec la femme, c'est gérer une ressource qui est rare.

38. Mina KIRCHI, Animatrice, Douar Ouled Saleh, Lydec

Entretien avril 2007
Observation sur le terrain Ouled Saleh

Quel est votre métier ?
Je suis animatrice dans les quartiers qui bénéficient du programme INMAE. Je travaille surtout sur le douar Rmel et le Douar Ouled Saleh.

Où se trouve Ouled Saleh ?
Il est en zone rurale, c'est un douar près de Bouskoura. Là bas, les femmes doivent aller chercher l'eau à des puits.

Que devez-vous faire ?
Je vais voir les gens dans leur maison et je demande si ils veulent le service de l'eau. Je vais voir les gens, je passe beaucoup de temps à discuter avec les communautés, les mères de famille surtout car ce sont elles qui sont là pendant la journée. En fait, mon travail est d'expliquer l'arrivée de l'eau dans le foyer. La connexion à l'eau peut prendre du temps, c'est pareil aussi pour la description de la communauté, c'est un travail minutieux qui prend du temps. Il faut revenir souvent, il faut informer souvent… Mais c'est bien parce qu'on apprend à connaître les familles, on apprend à connaître leurs difficultés.

Quel est le lien entre l'eau et la femme pour vous ?
Les femmes ressentent la fatigue de l'eau. Souvent elles savent que l'eau est sale. Elles doivent se déplacer d'un point d'eau à un autre. Pour elles, pour nous, l'eau c'est la vie qui a une forte signification symbolique.

39. Morad BELMINE, Animateur, Douar Lamkenssa, Lydec

Entretien mars 2007
Observation participante sur le terrain Lamkenssa.

Quel est votre métier ?
Je suis animateur dans les douars pour le programme Inmae à Lydec. Je travaille dans le douar Lamkenssa pour informer les familles et obtenir leur accord pour apporter le service de l'eau.

Comment faites-vous pour convaincre ces personnes de prendre un service ?
On fait des focus groupe, on retourne très souvent dans les quartiers…

Très souvent ?
En fait, on y va presque tous les jours pendant les travaux surtout s'il y a du retard. Avant les travaux, on apprend à connaître les populations donc on peut y aller d'une fois à plusieurs fois par semaine. Ca dépend. On essaie de planifier des réunions régulières, de mobiliser les hommes et les femmes pour faires des focus groupe… C'est long car les gens, ils sont sceptiques. Ils se demandent pourquoi on s'intéresse à eux. Ce sont des gens pauvres qui vivent dans l'illégalité ou presque. Je veux dire, ces gens, ils ont pas l'habitude qu'on s'intéresse à eux… Puis après quand les travaux sont finis, on revient pour faire des réunions d'information surtout pour les bonnes pratiques et pour expliquer la facture.

Travaillez-vous avec des hommes et des femmes ?
On travaille avec les deux. Evidemment, ils ne jouent pas le même rôle. C'est vrai que l'homme décide mais pour le décider, il faut parler à la femme car elle est plus sensible… Elle voit ce qu'apporte l'arrivée de l'eau. Les hommes, ils savent mais ils ne le vivent pas au quotidien comme les femmes qui doivent porter l'eau, la gérer… Qui vont prendre du temps pour s'en occuper. Les hommes, l'eau, elles arrivent avec ou sans le robinet. Par contre, leur femme elle sera fatiguée parce qu'elle aura dû s'occuper d'aller chercher l'eau…
pas tous les jours mais au moins deux fois par semaine avant les travaux. Ca dépend en fait. On travaille aussi beaucoup avec les enfants car ils jouent beaucoup avec les déchets, et on essaie de leur expliquer les dangers. Puis il faut les éduquer pour le futur, pour qu'ils connaissent les bonnes pratiques de l'eau.

Voyez-vous un lien particulier entre eau et femme ?
Oui. Bien sûr. Les femmes, elles gèrent l'eau pour la maison. Elles doivent la chercher, la stocker. Quand on va dans les douars, ce sont souvent elles avec qui on parle en premier. Parce qu'elles ne travaillent pas mais aussi parce qu'elles sont plus intéressées que les hommes. Elles comprennent ce que le service va changer dans la vie quotidienne. Les hommes, ils ne le voient pas tout de suite. Ou disons qu'ils y font moins attention que les femmes.

Avez-vous des réticences face à vos interventions ?
Globalement non. Ca dépend des quartiers. Sur Lamkenssa, pas vraiment. C'est un douar qui attend l'eau. Même si le service est cher, les gens le veulent. L'autre problème c'est les travaux et le changement pour les routes, les choses comme ça. Après, il n'y a pas de vraies résistances à ce qu'on apporte l'eau. On peut rencontrer des gens qui n'en veulent pas à cause du prix surtout. Ils ont peur qu'on soit làpour les contrôler à la place de l'Etat. C'est l'aspect officiel des choses qui peut les affecter. Sinon, les hommes ils nesont globalement pas contre l'arrivée de l'eau si c'est votre question. Bien sûr il y en a plus réticents que d'autres mais c'est pas une caractéristique. L'eau, en général, elle est attendue par les habitants.

QUESTIONNAIRE SUR *L'EAU ET VOUS*, MAGAZINE DE LYONNAISE DES EAUX CIBLE SUR LES FEMMES

13. QUESTIONNAIRE « EAU ET VOUS »

I. Eau & Vous en général
II. La cible
III. Le support
IV. Impacts
V. Futur

Date : 8 octobre 2009

Nom :
Prénom :
Fonction :

a. Eau & Vous en général

Vous et l'Eau & Vous

1. Quel rôle jouez-vous dans la conception et réalisation de l'Eau & Vous ?

2. Depuis quand vous occupez-vous de l'Eau & Vous ?

Ligne éditoriale de l'Eau & Vous

3. Deviez-vous respecter une ligne éditoriale définie avant vous ? (Mettre une croix)

   Oui :
   Non :

4. Si oui, Laquelle ?

5. La ligne éditoriale a-t-elle évolué ?

6. Evolue-t-elle encore aujourd'hui ?

7. Qui rédige les articles ?

8. Doit-il respecter des consignes ? Lesquelles

9. Qui choisit les thèmes ?

10. Donnez les 3 valeurs de l'Eau & Vous

La finalité de l'Eau & Vous

11. A quel besoin l'Eau & Vous répondait à sa création ?

12. Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre l'Eau & Vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2 , Commerciale = 6 ,

Pédagogique et éducative = 1 , Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5)

Information	
Commerciale	
Pédagogique et éducative	
Citoyenne	
Institutionnelle	
Publicitaire	

13. Notez ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
14. (1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

	1	2	3	4	5
1. Information					
2. Commerciale					
3. Pédagogique et éducative					
4. Citoyenne					
5. Institutionnelle					
6. Publicitaire					

17. Auriez-vous d'autres priorités à citer / des commentaires ?

Les thèmes traités

18. Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de l'Eau & Vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5

	1	2	3	4	5
1. Société					
2. Qualité de l'eau					
3. Développement Durable					
4. Cadre de vie					
5. Usages de l'eau / Quotidien					
6. Facture					
7. Consommation					
8. Santé					
9. Environnement					
10. Institutionnel					
11. Technique (activités de LDE)					
12. Disponibilité (services LDE)					
13. L'information régionale / localité					

19. Quels sont parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ?
    1.
    2.
    3.

20. Selon vous, quels thèmes sont amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou à prendre de l'importance ?

Fonction prescriptive de l'Eau & Vous

21. Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)

L'Eau & Vous…

	1	2	3	4	5
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement					
2. répond à un besoin d'information du public					
3. veut promouvoir des comportements citoyens					
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau					
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)					
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau					
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau					
8. veut rassurer le consommateur					

II. La cible

Définition de la cible

1. Quelle est la cible principale de l'Eau & Vous ?

2. Pourquoi avoir choisi cette cible ?

3. A quel point détermine-t-elle les choix faits ?

4. Eau & Vous et les femmes

5. Notez de 1 à 5 l'importance des sujets liés à la femme dans l'Eau & Vous :
… / 5

6. L'articulation technique / activités d'un distributeur d'eau et femmes vous semble-t-il
Facile ? … / 5
Logique ? … / 5
Inédite ? … / 5
Contradictoire ? … / 5

7. Selon vous, comment fait-on pour parler d'assainissement à une femme mère au foyer de moins de 50 ans ? (Principes essentiels)

8. Quelle est la tonalité privilégiée par l'Eau & Vous pour s'adresser aux femmes sur :

- des sujets techniques ?
- des sujets d'éducation ?
- des sujets d'organisation / de la maison ?

9. Selon vous, quelle image de la femme véhicule l'Eau & Vous ?

III. Le support

Couverture

1. Sur 10 numéros l'Eau & Vous, il y a 7 petites filles, 2 femmes et 1 garçon. Vous l'expliquez à quoi ?

2. Est-ce volontaire, un hasard ou liés aux circonstances (ligne éditoriale, contraintes de temps, etc.) ?

3. Comment se fait le choix de la couverture ?

Contraintes et obstacles

4. La saisonnalité, qui entraîne une certaine répétition tant en termes iconographiques que des conseils donnés, peut-elle être un obstacle ? Pourquoi ?

5. Les contraintes de temps et de format jouent-elles sur le contenu du magazine ? Si oui, en quoi ?

6. Quelles sont les autres contraintes notamment internes à l'entreprise ?

IV. Impacts

1. Mesurez-vous régulièrement l'impact interne et externe de l'Eau & Vous ?

2. Quelles sont les réactions sur ce magazine ?

V. Futur

1. Selon vous, quel est le futur de l'Eau & Vous dans votre entreprise ?

2. Est-il appelé à évoluer ? Si oui, comment ?

Vos commentaires et remarques sur ce questionnaire

Merci de votre temps.

15. REPONSES AU QUESTIONNAIRE SUR *L'EAU & VOUS*

Liste des réponses

1. Julie CARCAUD, Rédactrice en Chef de L'Eau et vous
2. Pierre DRILLON, Chargé de communication IDF Nord Picardie, Lyonnaise des Eaux
3. Sophie MOLINA, Chargée de communication SDEI Languedoc & LDE Languedoc Roussillon, Lyonnaise des Eaux
4. Valérie TORDEUR, Chargée de communication région Nord Littoral, Lyonnaise des Eaux
5. Pierre Tré-Hardy, Responsable Communication et Développement Durable – Région Côte d'Azur, Lyonnaise des Eaux
6. Caroline POLLET, Chef de projet Eau & Vous, Textuel

1. Julie CARCAUD, Rédactrice en Chef de L'Eau et vous

Questionnaire « Eau et Vous »
Date : Novembre 2007

Nom : CARCAUD
Prénom : Julie
Fonction : Rédactrice en Chef Eau et vous

I. Eau & Vous en général

Vous et l'Eau & Vous

1. Quel rôle jouez-vous dans la conception et réalisation de l'Eau & Vous ?

Rédactrice en chef sur les pages nationales + coordination éditoriale et suivi sur l'ensemble de l'opération

2. Depuis quand vous occupez-vous de l'Eau & Vous ?

En tant que Rédactrice en chef depuis septembre 2003

Ligne éditoriale de l'Eau & Vous

3. Deviez-vous respecter une ligne éditoriale définie avant vous ? (Mettre une croix)

Oui : x
Non :

4. Si oui, Laquelle ?

Le magazine de l'eau au quotidien : une information concrète, pratique et de proximité sur l'eau et ses usages dans la maison.

5. La ligne éditoriale a-t-elle évolué ?

Pas pour l'instant

6. Evolue-t-elle encore aujourd'hui ?

Etude en cours pour la mise en place d'Eau et Vous 2 avec une ligne éditorial plus « relationnelle » plus axée sur la promotion des services maison. (mise en place prévue d'un pack de services optionnels payants pour les clients particuliers).

7. Qui rédige les articles ?

Des journalistes pigistes encadrés par Textuel

8. Doit-il respecter des consignes ?

Evidemment : il doit s'inscrire dans l'esprit et le ton du magazine et suivre le brief issu de la feuille de route rédigée par le correspondant local et qui défini le sujet, l'angle et le calibrage.

9. Qui choisit les thèmes ?
Un comité éditorial national pour les pages nationales et les responsables de com' régionaux (éventuellement dans le cadre d'un comité local)

10. Donnez les 3 valeurs de l'Eau & Vous
proximité
praticité / valeur d'usage

La finalité de l'Eau & Vous
11. A quel besoin l'Eau & Vous répondait à sa création ?
La nécessité de mettre en place une information régulière et de proximité pour matérialiser une relation de confiance et dans la durée avec les clients consommateurs.

12. Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre l'Eau & Vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2 , Commerciale = 6 , Pédagogique et éducative = 1 , Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5)

Information	1
Commerciale	5
Pédagogique et éducative	2
Citoyenne	3
Institutionnelle	4
Publicitaire	6

13. Notez ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
(1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

	1	2	3	4	5
1. Information / conseil					x
2. Commerciale /clientèle		x			
3. Pédagogique et éducative			X		
4. Citoyenne			x		
5. Institutionnelle		X			
6. Publicitaire	x				

14. Auriez-vous d'autres priorités à citer / des commentaires ?
La dimension conseil est importante dans la mesure où l'information et le conseil sont vécu comme des éléments à part entière du service rendu… d'où l'importance de la valeur d'usage du magazine.

Les thèmes traités
15. Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de l'Eau & Vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5

	1	2	3	4	5
1. Société		x			
2. Qualité de l'eau					x
3. Développement Durable			x		

4. Cadre de vie			x		
5. Usages de l'eau / Quotidien					x
6. Facture					x
7. Consommation				X	
8. Santé					x
9. Environnement				x	
10. Institutionnel					
11. Technique (activités de LDE)			x		
12. Disponibilité (services LDE)			x		
13. L'information régionale / localité					x

16. Quels sont parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ?
    1.Qualité de l'eau et santé
    2.usage et conso / quotidien
    3.facture et prix de l'eau

17. Selon vous, des thèmes seront-ils amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou à prendre de l'importance ?
La dimension service (disponibilité) va probablement prendre de l'importance… avec la volonté de plus promouvoir d'éventuels développement de services payants.
Les aspects liés au prix et à la facture vont probablement être assez présent en 2007… puisque la sphère éco / gestion / transparence est un axe majeur de notre politique de com' cette année.
La dimension environnement / développement durable est également plutôt en augmentation… suite au lancement des engagements DD.

Fonction prescriptive de l'Eau & Vous
18. Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)
L'Eau & Vous…

	1	2	3	4	5
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement					x
2. répond à un besoin d'information du public avant tout					x
3. veut promouvoir des comportements citoyens			x		
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau				x	
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)		x			
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau			x		
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau			x		
8. veut rassurer le consommateur					x

II. La cible

Définition de la cible
1. Quelle est la cible principale de l'Eau & Vous ?
L'ensemble des foyers des communes desservies par LDE… et en particulier les Femmes

2. Pourquoi avoir choisi cette cible ?
Parce que ce sont elles qui la plupart du temps prescrive les comportement de consommation au sein de la famille et transmettent ces habitudes aux enfants.

3. A quel point détermine-t-elle les choix faits ?
… je ne comprends pas la question…
Je pense que la mère de famille est en particulier celle qui s'occupe de toute la sphère santé / alimentation et en cela influe sur la considération de l'eau du robinet… si la mère de famille a confiance dans l'eau du robinet, elle transmettra cette confiance à ses enfants.
C'est également elle qui fait les courses dans une large majorité des foyers… donc elle qui décide d'acheter des bouteilles d'eau ou pas !

Eau & Vous et les femmes
4. Notez de 1 à 5 l'importance des sujets liés à la femme dans l'Eau & Vous :
… 4/ 5

5. L'articulation technique / activités d'un distributeur d'eau et femmes vous semble-t-il
- Facile ? … / 5
- Logique ? … / 5
- Inédite ? … / 5
- Contradictoire ? … / 5

6. Selon vous, comment fait-on pour parler d'assainissement à une femme mère au foyer de moins de 50 ans ? (Principes essentiels)

L'articulation protection de l'environnement => protection du cadre de vie => protection des ressources en eau => préservation de la santé me semble essentielle
Il me semble que les femmes sont globalement plus sensible au discours de développement durable sur la préservation de notre environnement pour les générations futures.

7. Quelle est la tonalité privilégiée par l'Eau & Vous pour s'adresser aux femmes sur :

- des sujets techniques ? => vulgarisation technique et pédagogie

- des sujets d'éducation ?
  discours d'experts extérieurs et conseils… voire coaching (dossier nutrition)

- des sujets d'organisation de la maison ?
pédagogique et pratique

8. Selon vous, quelle image de la femme véhicule l'Eau & Vous ?
Une femme moderne, plutôt urbaine, active, qui réfléchit et veut comprendre… tout en se faisant plaisir ! ! ! !

WAOUH !… c'est tout moi !

III. Le support

Couverture
i. Sur 10 numéros l'Eau & Vous, il y a 7 petites filles, 2 femmes et 1 garçon. A quoi Vous l'expliquez-vous ?

Pour établir une connivence avec la cible… si on me parle de mes enfants ça m'intéresse… et aussi par pur choix esthétique !
Il faut vraiment miser sur une photo qui attire l'œil qui soit belle et colorée. Si possible avec un "« regard »
Nous avons essayé des hommes… mais ça fait tout de suite magazine gay ! !

2. Est-ce volontaire, un hasard ou liés aux circonstances (ligne éditoriale, contraintes de temps, etc.) ?
Cf ci-dessus

3. Comment se fait le choix de la couverture ?
Textuel nous fait une série de proposition en accord avec la saison et le thème du dossier… et nous choisissons en fonction de nos goûts

Contraintes et obstacles
4. La saisonnalité qui entraîne une certaine répétition tant en termes iconographiques et de prescriptions de conseils peut-elle être un obstacle ? Pourquoi ?
… pas vraiment car la périodicité est trop lâche pour qu'il y ait un effet de répétition… négatif.
En outre, il y a pas mal de choses simples qu'on peut dire et redire à l'infini… pour qu'elles soient comprises

5. Les contraintes de temps et de format jouent-elles sur le contenu du magazine ? Si oui, en quoi ?
Le format c'est sûr…. Mais le magazine est conçu sur 8 pages et il faut s'y tenir… plusieurs fois nous avons été tentés de mettre un supplément… mais contraintes de coût !
Le temps n'est pas une vraie contrainte… nous pouvons largement anticiper. Si chacun joue correctement son rôle dans le dispositif on respecte le planning !

6. Quelles sont les autres contraintes notamment internes à l'entreprise ?
Le coût principalement
Les décalages entre des souhaits de communications régionaux et des messages nationaux
Les décalages entre les sujets (et leur traitement souhaité) régionaux et la ligne éditoriale => toujours une tendance à dériver vers des sujets trop techniques ou trop « commerciaux » complètement hors des préoccupations de la cible.
La diversité des profils du réseau des communicants… et du coup la difficulté pour certains de bien jouer le jeu… et rester dans la ligne éditoriale… ou même dans la logique du lecteur.

IV. Impacts

1. Mesurez-vous régulièrement l'impact interne et externe de l'Eau & Vous ?
Baromètre Sofrès externe 1 fois par an en été suite à la diffusion de l'eau et vous Printemps été.

2. Quelles sont les réactions sur ce magazine ?
Globalement bonnes. Selon le Sofrès, les lecteurs de l'eau et vous sont globalement plus satisfaits que les clients non lecteurs

V. Futur

1. Selon vous, quel est le futur de l'Eau & Vous dans votre entreprise ?

Ce magazine me semble bien installé… à condition qu'il sache évoluer pour coller aux besoin de communication de l'entreprise : aller vers du plus « relationnel »… voire à terme vers du « transactionnel » pour porter, promouvoir et vendre les services LDE.

2. Est-il appelé à évoluer ? Si oui, comment ?

2. Pierre DRILLON, Chargé de communication IDF Nord Picardie, Lyonnaise des Eaux

Questionnaire « Eau et Vous »

Date Novembre 2007

Nom : Drillon
Prénom : Pierre
Fonction : Resp. communication

II. Eau & Vous en général

Vous et l'Eau & Vous

1. Quel rôle jouez-vous dans la conception et réalisation de l'Eau & Vous ?

Réalisation des 3 pages régionales

2. Depuis quand vous occupez-vous de l'Eau & Vous ?

Un an et demi

Ligne éditoriale de l'Eau & Vous

3. Deviez-vous respecter une ligne éditoriale définie avant vous ? (Mettre une croix)

Oui :
Non : x

4. Si oui, Laquelle ?

5. La ligne éditoriale a-t-elle évolué ?

Mise en avant des compétences techniques de LDE + qualité de l'eau distribuée (suivi du cycle, contrôles…)

6. Evolue-t-elle encore aujourd'hui ?

7. Qui rédige les articles ?

Pigiste + moi

8. Doit-il respecter des consignes ?

Oui : feuille de route

9. Qui choisit les thèmes ?

Moi

10. Donnez les 3 valeurs de l'Eau & Vous

Transparence, informations pratiques, bien-être

La finalité de l'Eau & Vous

11. A quel besoin l'Eau & Vous répondait à sa création ?

12. Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre l'Eau & Vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2 , Commerciale = 6 , Pédagogique et éducative = 1 , Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5)

Information	1
Commerciale	>5
Pédagogique et éducative	2

Citoyenne	3
Institutionnelle	4
Publicitaire	6

13. Notez ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
(1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

	1	2	3	4	5
1. Information	5				
2. Commerciale	3				
3. Pédagogique et éducative	5				
4. Citoyenne	4				
5. Institutionnelle	3				
6. Publicitaire	2				

14. Auriez-vous d'autres priorités à citer / des commentaires ?

Les thèmes traités

15. Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de l'Eau & Vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5

	1	2	3	4	5
1. Société	3				
2. Qualité de l'eau	1				
3. Développement Durable	1				
4. Cadre de vie	3				
5. Usages de l'eau / Quotidien	3				
6. Facture	3				
7. Consommation	2				
8. Santé	3				
9. Environnement	3				
10. Institutionnel	3				
11. Technique (activités de LDE)	4				
12. Disponibilité (services LDE)	3				
13. L'information régionale / localité	2				

16. Quels sont parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ?
    1. qualité
    2. technicité
    3. info régionale/locale

17. Selon vous, des thèmes seront-ils amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou à prendre de l'importance ?
Fonction prescriptive de l'Eau & Vous

18. Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)

L'Eau & Vous…

	1	2	3	4	5
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement				X	

2. répond à un besoin d'information du public avant tout				X	
3. veut promouvoir des comportements citoyens				X	
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau				X	
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)					X
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau					X
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau				X	
8. veut rassurer le consommateur				X	

III. La cible

Définition de la cible

1. Quelle est la cible principale de l'Eau & Vous ?

Utilisateurs – grand public

2. Pourquoi avoir choisi cette cible ?

Public prescripteur

3. A quel point détermine-t-elle les choix faits ?

Eau & Vous et les femmes

4. Notez de 1 à 5 l'importance des sujets liés à la femme dans l'Eau & Vous :

3 / 5

5. L'articulation technique / activités d'un distributeur d'eau et femmes vous semble-t-il

Facile ? 3 / 5
Logique ? 3 / 5
Inédite ? … / 5
Contradictoire ? … / 5

6. Selon vous, comment fait-on pour parler d'assainissement à une femme mère au foyer de moins de 50 ans ? (Principes essentiels)

On lui parle du devenir de la planète où grandissent ses enfants

7. Quelle est la tonalité privilégiée par l'Eau & Vous pour s'adresser aux femmes sur :

- des sujets techniques ?
  Qualité

- des sujets d'éducation ?
  DD

- des sujets d'organisation de la maison ?
  Trucs et astuces

8. Selon vous, quelle image de la femme véhicule l'Eau & Vous ?

Positive.

IV. Le support

Couverture

1. Sur 10 numéros l'Eau & Vous, il y a 7 petites filles, 2 femmes et 1 garçon. A quoi Vous l'expliquez-vous ?

Les enfants sont les adultes de demain + « sujets » fédérateurs

2. Est-ce volontaire, un hasard ou liés aux circonstances (ligne éditoriale, contraintes de temps, etc.) ?

3. Comment se fait le choix de la couverture ?

Par le siège

Contraintes et obstacles

4. La saisonnalité qui entraîne une certaine répétition tant en termes iconographiques et de prescriptions de conseils peut-elle être un obstacle ? Pourquoi ?

5. On commence à avoir fait le tour des sujets

Les contraintes de temps et de format jouent-elles sur le contenu du magazine ? Si oui, en quoi ?

6. Quelles sont les autres contraintes notamment internes à l'entreprise ?

Le manque de délais d'un numéro à l'autre

IV. Impacts

1. Mesurez-vous régulièrement l'impact interne et externe de l'Eau & Vous ?

Oui

2. Quelles sont les réactions sur ce magazine ?

Positives

V. Futur

1. Selon vous, quel est le futur de l'Eau & Vous dans votre entreprise ?

La formule devra évoluer pour éviter un essouflement

2. Est-il appelé à évoluer ? Si oui, comment ?

<u>Vos commentaires et remarques sur ce questionnaire</u>

Intéressant

3. Sophie MOLINA, Chargée de communication SDEI Languedoc & LDE Languedoc Roussillon, Lyonnaise des Eaux

Questionnaire « Eau et Vous »

Date : Novembre 2007

Nom : Molina
Prénom : Sophie
Fonction : chargée de communication Sdei Languedoc & LDE Languedoc Roussillon

I. Eau & Vous en général

Vous et l'Eau & Vous

1. Quel rôle jouez-vous dans la conception et réalisation de l'Eau & Vous ?

Choix des sujets pour deux éditions (Languedoc Roussillon et Languedoc Aveyron), recherche d'icono, transmission de matières première quand elle existe (précédents articles de presse ou de jiurnal interne sur le sujet par ex) interface entre la journaliste Eau et Vous et les interviewes dans mes CR

2. Depuis quand vous occupez-vous de l'Eau & Vous ?

Depuis sa création

Ligne éditoriale de l'Eau & Vous

3. Deviez-vous respecter une ligne éditoriale définie avant vous ? (Mettre une croix)

Oui :
Non :x

Si oui, Laquelle ?

4. La ligne éditoriale a-t-elle évolué ?

Les deux premiers numéros étaient si je me rappelle très tournée que eau, uis ouverture à asst et environnement
Ajout service lecteur

5. Evolue-t-elle encore aujourd'hui ?

je crois mais n'ai pas encore pris connaissance du CR du dernier comité de rédaction

6. Qui rédige les articles ?

journaliste eau et vous (il y a d'autres façons de faire ?)

7. Doit-il respecter des consignes ?

Consignes nationales sur angle « conso »

8. Qui choisit les thèmes ?

Comité de rédaction pour sujets nationaux
moi pour sujets Cr (avec validation DCr et chefs agence iu experts Cr concernés)

9. Donnez les 3 valeurs de l'Eau & Vous

?

La finalité de l'Eau & Vous

10. A quel besoin l'Eau & Vous répondait à sa création ?

Améliorer l'information des consommateurs (défaut entre autre noté dans le Sofres)

11. Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre l'Eau & Vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2 , Commerciale = 6 , Pédagogique et éducative = 1 , Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5)

Information	1
Commerciale	6
Pédagogique et éducative	2
Citoyenne	5
Institutionnelle	4
Publicitaire	3

12. Notez ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
(1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

	1	2	3	4	5
1. Information					x
2. Commerciale		x			
3. Pédagogique et éducative					x
4. Citoyenne			x		
5. Institutionnelle			x		
6. Publicitaire				x	

13. Auriez-vous d'autres priorités à citer / des commentaires ?

Les thèmes traités

14. Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de l'Eau & Vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5
(1 le plus faible et 5 le plus important comme tableau précédent ?)

	1	2	3	4	5
1. Société	x				
2. Qualité de l'eau					x
3. Développement Durable					x
4. Cadre de vie					x
5. Usages de l'eau / Quotidien					x
6. Facture			x		
7. Consommation					
8. Santé				x	
9. Environnement				x	
10. Institutionnel			x		
11. Technique (activités de LDE)			x		
12. Disponibilité (services LDE)				x	
13. L'information régionale / localité			x		

15. Quels sont parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ?
1. qualité eau et santé
2. développement durable et cadre de vie
3. disponibilité

16. Selon vous, des thèmes seront-ils amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou

à prendre de l'importance ?
les thèmes régionaux permettent-ils vraiment de faire du local à l'échelle de 4 ou 5 sujets pour tout un CR ? Je ne le crois pas. Mais même si ça ne devrait pas être une fiabilité de l'eau et vous, les chefs d'agence sont attachés à ces infos locales d'un point de vue commercial

Fonction prescriptive de l'Eau & Vous

17. Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)
L'Eau & Vous…

	1	2	3	4	5
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement			x		
2. répond à un besoin d'information du public avant tout				x	
3. veut promouvoir des comportements citoyens		x			
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau		x			
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)		x			
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau					x
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau			x		
8. veut rassurer le consommateur				x	

III. La cible

Définition de la cible
1. Quelle est la cible principale de l'Eau & Vous ?
Consommateurs (qui d'autres ???)

2. Pourquoi avoir choisi cette cible ?
Raison d'être de l'Eau et vous ! Pour les autes cibles, il ya d'autres supports (ea service pour élus et eaux vives pour interne)

3. A quel point détermine-t-elle les choix faits ?
On ne choisit pas les sujets que demande notre cible mais ceux que l'on veut qu'ils connaissent

Eau & Vous et les femmes
4. Notez de 1 à 5 l'importance des sujets liés à la femme dans l'Eau & Vous :
? / 5 ne comprends pas cet angle d'analyse (oui bien sûr on peut penser qu'il ya plus de femme que d'hommes qui lisent les prospectus dans leur boite aux lettres)

5. L'articulation technique / activités d'un distributeur d'eau et femmes vous semble-t-il
- Facile ? ? / 5
- Logique ? ? / 5
- Inédite ? ? / 5
- Contradictoire ? ? / 5

6. Selon vous, comment fait-on pour parler d'assainissement à une femme mère au foyer de moins de 50 ans ? (Principes essentiels)
Ne comprends pas cet angle

7. Quelle est la tonalité privilégiée par l'Eau & Vous pour s'adresser aux femmes sur :

- des sujets techniques ?
idem

- des sujets d'éducation ?
idem

- des sujets d'organisation de la maison ?
idem

8. Selon vous, quelle image de la femme véhicule l'Eau & Vous ?
je ne vois pas en quoi l'eau et vous est censé véhiculer une image de la femme .
Il est là pour véhiculer une image de la société LDE

a. Le support

Couverture

1. Sur 10 numéros l'Eau & Vous, il y a 7 petites filles, 2 femmes et 1 garçon. A quoi Vous l'expliquez-vous ?

Facilité d'utiliser des images d'enfants dans notre société pour déclencher l'affect

2. Est-ce volontaire, un hasard ou liés aux circonstances (ligne éditoriale, contraintes de temps, etc.) ?
voir au dessus

3. Comment se fait le choix de la couverture ?
Ne sais pas

Contraintes et obstacles

1. La saisonnalité qui entraîne une certaine répétition tant en termes iconographiques et de prescriptions de conseils peut-elle être un obstacle ? Pourquoi ?

Monotonie

2. Les contraintes de temps et de format jouent-elles sur le contenu du magazine ? Si oui, en quoi ?
Oui, pas la possibilité de coller à l'actualité. Prendre des sujets sans danger 6 mois avant la sortie

3. Quelles sont les autres contraintes notamment internes à l'entreprise ?

b. Impacts

1. Mesurez-vous régulièrement l'impact interne et externe de l'Eau & Vous ?
non

2. Quelles sont les réactions sur ce magazine ?
pas de retour en direct

c. Futur

1. Selon vous, quel est le futur de l'Eau & Vous dans votre entreprise ?
nsp

2. Est-il appelé à évoluer ? Si oui, comment ?
l'aspect conso est semble-t-il bien perçu. les pages 2 et 3 n'aportent à mon avis pas grand-chose

(répétitives et pas très intéressante – peuvent décourager d'aller plus loin)

Vos commentaires et remarques sur ce questionnaire

4. Valérie TORDEUR, Chargée de communication région Nord Littoral, Lyonnaise des Eaux

Nom : Tordeur
Prénom : Valérie
Fonction : responsable Communication

I. Eau & Vous en général

Vous et l'Eau & Vous

1. Quel rôle jouez-vous dans la conception et réalisation de l'Eau & Vous ?

Participe au comité de rédaction national
Et choisit et pré-rédige les articles locaux pour le Centre régional nord littoral

2. Depuis quand vous occupez-vous de l'Eau & Vous ?

Depuis ma prise de poste en octobre 04

Ligne éditoriale de l'Eau & Vous

3. Deviez-vous respecter une ligne éditoriale définie avant vous ? (Mettre une croix)

Oui : X
Non :

4. Si oui, Laquelle ?

Celle définie par le siège, Julie Carcaud

5. La ligne éditoriale a-t-elle évolué ?

6. Evolue-t-elle encore aujourd'hui ?

oui

7. Qui rédige les articles ?

Prérédaction dans la feuille d'angle par moi puis rédaction par journaliste de Textuel

8. Doit-il respecter des consignes ?

9. Qui choisit les thèmes ?

Moi en local mais en fonction de la ligne éditoriale

10. Donnez les 3 valeurs de l'Eau & Vous

Plaisir de l'eau
Eau à boire
pédagogie

La finalité de l'Eau & Vous

11. A quel besoin l'Eau & Vous répondait à sa création ?

Etre un magazine consommateur

12. Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre l'Eau & Vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2 , Commerciale = 6 , Pédagogique et éducative = 1 , Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5)

Information	2
Commerciale	4

Pédagogique et éducative	1
Citoyenne	3
Institutionnelle	5
Publicitaire	6

13. Notez ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
(1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

	1	2	3	4	5
1. Information				x	
2. Commerciale			x		
3. Pédagogique et éducative					x
4. Citoyenne			x		
5. Institutionnelle		x			
6. Publicitaire			x		

14. Auriez-vous d'autres priorités à citer / des commentaires ?

Les thèmes traités

15. Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de l'Eau & Vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5

	1	2	3	4	5
1. Société			x		
2. Qualité de l'eau					
3. Développement Durable					
4. Cadre de vie					
5. Usages de l'eau / Quotidien					x
6. Facture					
7. Consommation					
8. Santé				x	
9. Environnement					
10. Institutionnel					
11. Technique (activités de LDE)					
12. Disponibilité (services LDE)					
13. L'information régionale / localité					

16. Quels sont parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ?
    1. usage
    2. DD
    3. consommation

17. Selon vous, des thèmes seront-ils amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou à prendre de l'importance ?

Cf 16

Fonction prescriptive de l'Eau & Vous

18. Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)

L'Eau & Vous…

	1	2	3	4	5
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement				x	
2. répond à un besoin d'information du public avant tout			x		
3. veut promouvoir des comportements citoyens			x		
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau			x		
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)			x		
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau			x		
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau				x	
8. veut rassurer le consommateur			x		

II. La cible

Définition de la cible

1. Quelle est la cible principale de l'Eau & Vous ?

Les usagers des services de l'eau dont lde est délégataire

2. Pourquoi avoir choisi cette cible ?

3. A quel point détermine-t-elle les choix faits ?

Eau & Vous et les femmes

4. Notez de 1 à 5 l'importance des sujets liés à la femme dans l'Eau & Vous :

… 5/ 5

5. L'articulation technique / activités d'un distributeur d'eau et femmes vous semble-t-il

Facile ? … 5/ 5
Logique ? … 5/ 5
Inédite ? … l/ 5
Contradictoire ? … / 5

6. Selon vous, comment fait-on pour parler d'assainissement à une femme mère au foyer de moins de 50 ans ? (Principes essentiels)

On lui explique où va l'eat et comment et pourquoi on la nettoie

7. Quelle est la tonalité privilégiée par l'Eau & Vous pour s'adresser aux femmes sur :

- des sujets techniques ?
- des sujets d'éducation ?
- des sujets d'organisation de la maison ?

8. Selon vous, quelle image de la femme véhicule l'Eau & Vous ?

Image différente selon le texte et les photos : texte pour femmes qui gère la maison et la famille. Photos de femmes jeunes et jolies plutot type célibataire. Image décalée par rapport à la cible

III. Le support

Couverture

1. Sur 10 numéros l'Eau & Vous, il y a 7 petites filles, 2 femmes et 1 garçon. A quoi Vous l'expliquez-vous ?

Visée pédagogique du support.
Femmes et filles relais dans la maison

2. Est-ce volontaire, un hasard ou liés aux circonstances (ligne éditoriale, contraintes de temps, etc.) ?

Lié aux circonstances

3. Comment se fait le choix de la couverture ?

Géré par Julie Carcaud qui propose parfois au comité de rédaction quand elle a un doute

Contraintes et obstacles

i. La saisonnalité qui entraîne une certaine répétition tant en termes iconographiques et de Prescriptions de conseils peut-elle être un obstacle ? Pourquoi ?

non

5. Les contraintes de temps et de format jouent-elles sur le contenu du magazine ? Si oui, en quoi ?

non

6. Quelles sont les autres contraintes notamment internes à l'entreprise ?

Difficulté à avoir de bonnes photos
Rédaction par les journalistes externes qui entraine beaucoup de corrections

IV. Impacts

1. Mesurez-vous régulièrement l'impact interne et externe de l'Eau & Vous ?

non

2. Quelles sont les réactions sur ce magazine ?

d. Futur

1. Selon vous, quel est le futur de l'Eau & Vous dans votre entreprise ?

Une refonte avec texte beaucoup plus courts et sujets plus visuels

2. Est-il appelé à évoluer ? Si oui, comment ?

oui

<u>Vos commentaires et remarques sur ce questionnaire</u>

5. Pierre Tré-Hardy, Responsable Communication et Développement Durable – Région Côte d'Azur, Lyonnaise des Eaux

Questionnaire « Eau et Vous »

Date : Novembre 2007

Nom : TRE-HARDY
Prénom : Pierre
Fonction : Resp. Communication et Développement Durable – Région Côte d'Azur

I. Eau & Vous en général

Vous et l'Eau & Vous
1. Quel rôle jouez-vous dans la conception et réalisation de l'Eau & Vous ?
Membre du Comité de Rédaction national
Correspondant en région Côte d'Azur

2. Depuis quand vous occupez-vous de l'Eau & Vous ?
Depuis le début (3 ou 4 ans ?)

Ligne éditoriale de l'Eau & Vous
3. Deviez-vous respecter une ligne éditoriale définie avant vous ? (Mettre une croix)
Oui :
Non : X

4. Si oui, Laquelle ?

5. La ligne éditoriale a-t-elle évolué ?
Pas vraiment

6. Evolue-t-elle encore aujourd'hui ?
La grande évolution est le « service lecteurs »

7. Qui rédige les articles ?
70 % par des journalistes de l'Agence Textuel après interviews de contacts locaux
30 % moi

8. Doit-il respecter des consignes ?
Oui

9. Qui choisit les thèmes ?
En national : le comité de rédaction
En local : moi puis validation par DCR

10. Donnez les 3 valeurs de l'Eau & Vous
- Traitement de l'info concret
- Traitement sous l'angle du « bénéfice lecteur »
- « Rubriquage » clair et facile à lire

La finalité de l'Eau & Vous
11. A quel besoin l'Eau & Vous répondait à sa création ?
Posséder un vecteur de communication direct avec nos clients et maîtrisé par nous afin de répondre à plusieurs objectifs (répondre aux attentes légitimes des clients en matière d'information ; rassurer les

clients sur thèmes attendus ; posséder un outil de communication stratégique vis à vis des collectivités, des associations, de la concurrence, etc.)

12. Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre l'Eau & Vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2 , Commerciale = 6 , Pédagogique et éducative = 1 , Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5) : DE 1 (le plus important) A 7 (le moins important)

STRATEGIQUE	1
Information	2
Commerciale	3
Pédagogique et éducative	5
Citoyenne	6
Institutionnelle	4
Publicitaire	7

13. Notez ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
(1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

	1	2	3	4	5
1. Information					
2. Commerciale					
3. Pédagogique et éducative					
4. Citoyenne					
5. Institutionnelle					
6. Publicitaire					

14. Auriez-vous d'autres priorités à citer / des commentaires ?

Les thèmes traités

15. Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de l'Eau & Vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5

	1	2	3	4	5
1. Société					x
2. Qualité de l'eau	x				
3. Développement Durable					x
4. Cadre de vie					x
5. Usages de l'eau / Quotidien	x				
6. Facture		x			
7. Consommation		x			
8. Santé	x				
9. Environnement			x		
10. Institutionnel		x			
11. Technique (activités de LDE)					x
12. Disponibilité (services LDE)				x	
13. L'information régionale / localité	x				

16. Quels sont parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ?
    1. Qualité eau
    2.santé

3.DD

17. Selon vous, des thèmes seront-ils amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou à prendre de l'importance ?

- Prendre de l'importance :

DD, Cadre de vie et environnement (même thématique, finalement)
Fonction prescriptive de l'Eau & Vous

18. Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)
L'Eau & Vous…

	1	2	3	4	5
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement			x		
2. répond à un besoin d'information du public avant tout		x			
3. veut promouvoir des comportements citoyens		X1			
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau		x			
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)		x			
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau		x			
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau			x		
8. veut rassurer le consommateur	x				

II. La cible

Définition de la cible

1. Quelle est la cible principale de l'Eau & Vous ?
Consommateurs. Femme en priorité.

2. Pourquoi avoir choisi cette cible ?
Parce qu'elle lit plus ce type de magazine et d'info que les autres

3. A quel point détermine-t-elle les choix faits ?
Insuffisamment à ce jour

Eau & Vous et les femmes
4. Notez de 1 à 5 l'importance des sujets liés à la femme dans l'Eau & Vous :
… / 5

5. L'articulation technique / activités d'un distributeur d'eau et femmes vous semble-t-il
- Facile ? … 3/ 5
- Logique ? … 3/ 5
- Inédite ? … 3/ 5
- Contradictoire ? … 3/ 5

6. Selon vous, comment fait-on pour parler d'assainissement à une femme mère au foyer de moins de 50 ans ? (Principes essentiels)

Santé
Respect de l'environnement
Cadre de vie

7. Quelle est la tonalité privilégiée par l'Eau & Vous pour s'adresser aux femmes sur :

- des sujets techniques ?

aspects pratiques liés au foyer

- des sujets d'éducation ?

enjeux santé et environnement

- des sujets d'organisation de la maison ?

aspects pratiques

8. Selon vous, quelle image de la femme véhicule l'Eau & Vous ?

La Femme contemporaine

III. Le support

Couverture

1. Sur 10 numéros l'Eau & Vous, il y a 7 petites filles, 2 femmes et 1 garçon. A quoi Vous l'expliquez-vous ?

Textuel n'arrive pas à trouver des images d'hommes ou de famille ad hoc
Les gros plans sur visage sont privilégiés
La cible (y compris les lecteurs « secondaires : hommes et jeunes) l'autorise

2. Est-ce volontaire, un hasard ou liés aux circonstances (ligne éditoriale, contraintes de temps, etc.) ?

Cf ci-dessus. J'ajoute que c'est regrettable et que je me bas constamment contre ce constat

3. Comment se fait le choix de la couverture ?

Essentiellement par la direction communication LDE, qui propose après sa propre sélection un choix fermé de 2 visuels

Contraintes et obstacles

4. La saisonnalité qui entraîne une certaine répétition tant en termes iconographiques et de prescriptions de conseils peut-elle être un obstacle ? Pourquoi ?

Non. Parce qu'entre deux saisons les lecteurs oublient l'info donnée précédemment et parce que cela nous oblige à faire un effort d'imagination et de pertinence utile au magazine et à l'entreprise en général.

5. Les contraintes de temps et de format jouent-elles sur le contenu du magazine ? Si oui, en quoi ?

Oui (en prenant également en compte la contrainte budgétaire) :nombre de pages, pas de vrai dossier de fond, pas de rubrique « les animaux…de compagnie et l'eau », pas d'interview de personnalités reconnues, etc.) mais cela n'est pas forcément gênant. Cela nécessiterait en tous cas de repenser entièrement la ligne éditoriale.

6. Quelles sont les autres contraintes notamment internes à l'entreprise ?

Comme d'hab' : les besoins des diverses directions fonctionnelles…

IV. Impacts

1. Mesurez-vous régulièrement l'impact interne et externe de l'Eau & Vous ?

Oui : indirectement via baromètre sofrès + enquête auprès des agents LDE

2. Quelles sont les réactions sur ce magazine ?
Bonnes même s'il ne crée pas le délire des foules

V. Futur

1. Selon vous, quel est le futur de l'Eau & Vous dans votre entreprise ?
Cf conclusions des questions précédentes + « relookage » possible

2. Est-il appelé à évoluer ? Si oui, comment ?
Cf question précédente

Vos commentaires et remarques sur ce questionnaire

Certaines questions (en particulier celles du début) auraient pu être évitées car la direction / siège pouvait y répondre 1 fois pour tous, à la place de chacun… A moins qu'il ne s'agisse dé vérifier si chaque membre du comité de rédaction a la même vision de ce sujets, auquel cas il aurait fallu ensuite proposer les réponses « officielles » du siège afin de valider si leurs objectifs sont partagés par chaque membre du Comité. (si c'est pas clair, me téléphoner)

Je souhaiterais recevoir le résultat du dépouillement de tous ces questionnaires.

6. Caroline POLLET, Chef de projet Eau & Vous, Textuel

Nom : Pollet
Prénom : Caroline
Fonction : Chef de projet - Agence Textuel – Groupe TBWA

I. Eau & Vous en général

Vous et l'Eau & Vous

1. Quel rôle jouez-vous dans la conception et réalisation de l'Eau & Vous ?

Je participe à l'élaboration du sommaire en apportant du conseil et de l'expertise au comité éditorial puis en arbitrant entre la ligne éditoriale du magazine, les besoins et envies de chaque région et les impératifs de communication du siège.
Je coordonne ensuite la rédaction des feuilles de route, en confiant les feuilles de route des correspondants à des journalistes, puis en les confiant à une secrétaire de rédaction, puis en récupérant les corrections des correspondants régionaux et des interlocuteurs du siège. Je coordonne ensuite la mise en page de ces éditions, en récupérant l'iconographie des régions et en recherchant des images banque pour certains sujets dits « génériques ». Enfin je coordonne la gravure puis transmets les éléments techniques dont l'imprimeur a besoin pour fabriquer le magazine, le blister qui l'enveloppe et les affiches qui font la publicité du magazine dans les centres régionaux.

2. Depuis quand vous occupez-vous de l'Eau & Vous ?

J'ai commencé à travailler sur ce support il y a deux ans.

Ligne éditoriale de l'Eau & Vous

3. Deviez-vous respecter une ligne éditoriale définie avant vous ? (Mettre une croix)

Oui : *
Non :

4. Si oui, Laquelle ?

L'eau et vous apporte de l'information sur l'eau du robinet, rassure le consommateur (côté santé) et le conseille sur les aspects pratiques (maison, jardin). Jusqu'à présent, il vise un double objectif : enrichir la relation à la marque et promouvoir l'eau du robinet.

5. La ligne éditoriale a-t-elle évolué ?

Le magazine a cinq ans. Un seul test lecteur a été réalisé depuis la sortie du numéro 1.
En 2005, le support a bénéficié d'une légère évolution graphique. Aujourd'hui, il devient nécessaire de vérifier et d'adapter le bon positionnement du magazine aux nouvelles attentes des clients. Une étude de lectorat sera réalisée avant le lancement de la nouvelle formule pour en vérifier l'acceptabilité par les consommateurs.

Concrètement, il devient nécessaire de faire du magazine un relais fort des positions de LDE et de l'actuelle politique clientèle. La direction a la volonté d'aller vers une posture de communication plus assumée, c'est-à-dire plus directe, moins timide. Les blogs sur l'eau se multiplient, les prises de position fortes des magazines sur le sujet de l'eau – notamment sur le mode de gestion et le prix –, la place de la préservation de l'environnement et les discours liés à la raréfaction de la ressource à la suite des sécheresses montrent que les débats sont ouverts et, avec eux, leur libre interprétation. LDE, dont le métier est l'eau depuis des années, doit tenir une posture de conseils tant sur le produit que sur la ressource.

6. Evolue-t-elle encore aujourd'hui ?

Oui, voir réponse ci-dessus.

7. Qui rédige les articles ?

Certains correspondants Lyonnaise des Eaux rédigent eux-mêmes leurs articles mais dans 95 % des cas ce sont des journalistes free-lance qui rédigent les reportages et articles sur la base d'une feuille de route co-rédigée par le correspondant, le siège et l'agence.

8. Doit-il respecter des consignes ?

Chaque feuille de route précise pour chaque article le sujet, l'angle, le bénéfice client de l'article. Le journaliste doit respecter ces consignes.

9. Qui choisit les thèmes ?

Le correspondant, avec le conseil du siège et de l'agence.

10. Donnez les 3 valeurs de l'Eau & Vous ?
    Transparence
    Pédagogie
    Proximité

La finalité de l'Eau & Vous

11. A quel besoin l'Eau & Vous répondait à sa création ?

Informer et rassurer.

12. Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre l'Eau & Vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2 , Commerciale = 6 , Pédagogique et éducative = 1 , Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5).

Information	1
Commerciale	3
Pédagogique et éducative	2
Citoyenne	4
Institutionnelle	5
Publicitaire	6

12. Notez ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
    (1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

	1	2	3	4	5
1. Information					+
2. Commerciale					+
3. Pédagogique et éducative					+
4. Citoyenne				+	
5. Institutionnelle		+			
6. Publicitaire	+				

13. Auriez-vous d'autres priorités à citer / des commentaires ?

Les thèmes traités

14. Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de l'Eau & Vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5

	1	2	3	4	5
1. Société		+			

2. Qualité de l'eau					+
3. Développement Durable				+	
4. Cadre de vie					+
5. Usages de l'eau / Quotidien					+
6. Facture			+		
7. Consommation				+	
8. Santé				+	
9. Environnement				+	
10. Institutionnel	+				
11. Technique (activités de LDE)		+			
12. Disponibilité (services LDE)			+		
13. L'information régionale / localité			+		

15. Quels sont parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ?
    1. 2
    2. 4
    3. 5

16. Selon vous, des thèmes seront-ils amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou à prendre de l'importance ?

Les thèmes autour de la santé et de la beauté sont amenés à perdre de l'importance alors que les sujets pratiques sur les usages quotidiens de l'eau sont amenés à en prendre.

Fonction prescriptive de l'Eau & Vous

17. Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)

L'Eau & Vous…

	1	2	3	4	5
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement			+		
2. répond à un besoin d'information du public avant tout			+		
3. veut promouvoir des comportements citoyens				+	
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau				+	
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)			+		
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau				+	
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau				+	
8. veut rassurer le consommateur					+

a. La cible

Définition de la cible

1. Quelle est la cible principale de l'Eau & Vous ?

Les consommateurs, plutôt femmes, plutôt provinciales, plutôt 35-55 ans.

2. Pourquoi avoir choisi cette cible ?

Une volonté de la part de lDE de vouloir s'adresser au plus grand nombre.

3. A quel point détermine-t-elle les choix faits ?
Tous les articles doivent être pensés à la fois en termes d'angle (message à faire passer au consommateur) et en termes de bénéfice client (ce que le consommateur peut tirer de l'information passée).

Eau & Vous et les femmes

4. Notez de 1 à 5 l'importance des sujets liés à la femme dans l'Eau & Vous :
4/ 5

5. L'articulation technique / activités d'un distributeur d'eau et femmes vous semble-t-il
- Facile ? 3 / 5
- Logique ? 3 / 5
- Inédite ? 0 / 5
- Contradictoire ? 0 / 5

6. Selon vous, comment fait-on pour parler d'assainissement à une femme mère au foyer de moins de 50 ans ? (Principes essentiels)
Relier le sujet à son environnement en contextualisant le maximum le cycle de l'eau et donc la partie assainissement afin de la relier au quotidien d'une ménagère.

7. Quelle est la tonalité privilégiée par l'Eau & Vous pour s'adresser aux femmes sur :

- des sujets techniques ?
Pédagogie, clarté, valeur d'exemplarité

- des sujets d'éducation ?
  Pédagogie, complicité

- des sujets d'organisation de la maison ?
Conseil pratique

8. Selon vous, quelle image de la femme véhicule l'Eau & Vous ?

Une femme préoccupée à la fois par des enjeux environnementaux, des problèmes pratiques de la maison et des problématiques de santé pour elle et sa famille.

II. Le support

Couverture

1. Sur 10 numéros l'Eau & Vous, il y a 7 petites filles, 2 femmes et 1 garçon. A quoi Vous l'expliquez-vous ?
La couverture doit être complice. On s'adresse aux femmes qu'elles soient célibataires, mamans ou mamies. Les hommes sont également lecteurs mais en plus petit nombre. On joue donc sur la complicité, la fraîcheur et la gaieté.

2. Est-ce volontaire, un hasard ou liés aux circonstances (ligne éditoriale, contraintes de temps, etc.) ?
On joue parfois sur le sujet du dossier (nutrition pour L'eau et vous n°10 / visuel d'une famille à table) mais en général c'est un visuel saisonnier, donc lié à la saison été ou hiver de réception du mag.

3. Comment se fait le choix de la couverture ?

Textuel fait 6 à 8 propositions à Lyonnaise qui choisit en collège (les correspondants, le siège, la direction de la clientèle).

Contraintes et obstacles

4. La saisonnalité qui entraîne une certaine répétition tant en termes iconographiques et de prescriptions de conseils peut-elle être un obstacle ? Pourquoi ?

L'obstacle ne réside pas tant dans la saisonnalité que dans l'obligation de voir apparaître de l'eau du robinet sur le visuel (verre, gourde, jet d'eau, etc), ce qui nous pousse parfois à passer outre cette contrainte (voir petite fille à la planche de surf).

5. Les contraintes de temps et de format jouent-elles sur le contenu du magazine ? Si oui, en quoi ?

La contrainte de temps nous demande de raccourcir au maximum les circuits de validation en région. Mais cela joue sur la méthode, non sur le contenu.

6. Quelles sont les autres contraintes notamment internes à l'entreprise ?

Contrainte de satisfaire des services qui n'ont pas forcément les mêmes objectifs (direction de la clientèle vs direction du développement durable) et contrainte de satisfaire les correspondants et leurs enjeux en local avec les discours plus « verrouillés » au niveau national.

III. Impacts

1. Mesurez-vous régulièrement l'impact interne et externe de l'Eau & Vous ?

Une seule enquête de lectorat a été réalisée pour l'instant. Par contre, le nombre de réponses au service lecteur nous donne une petite idée de l'impact du sujet choisi. Idem lorsque le magazine propose de recevoir un poster sur simple demande.

2. Quelles sont les réactions sur ce magazine ?

Nous avons reçu quelques réactions de lecteurs qui s'étonnent de voir LDE vanter les mérites du bain relaxant dans une page, et partant à la chasse au gaspillage dans une autre page. C'est une contradiction sur laquelle lDE ne cesse de travailler dans l'ensemble de ses publications. C'est un paradoxe inhérent à une entreprise à la fois commerciale et qui porte pourtant une mission de service public…

IV. Futur

2. Selon vous, quel est le futur de l'Eau & Vous dans votre entreprise ?

J'espère pouvoir continuer à faire évoluer le support dans le meilleur sens.

3. Est-il appelé à évoluer ? Si oui, comment ?

Des hors-série nous sont régulièrement confiés, ce qui fait de L'eua et vous un dispositif éditorial plus qu'un magazine en solo.

<u>Vos commentaires et remarques sur ce questionnaire</u>

Quelques questions sont ambivalentes car côté valeurs je ne savais pas s'il fallait que je donne les valeurs jusqu'à aujourd'hui ou celles vers lesquelles on se dirige… mais dans l'ensemble c'est intéressant de prendre un peu de recul sur un magazine qu'on réalise en opérationnel…

16. RESULTATS QUESTIONNAIRE « EAU ET VOUS »

Récapitulatif des thèmes et rubriques de *L'eau & vous*

N°	Rubrique / Couverture	Titre / Couverture	Rubrique / Dossier	Titre / Dossier
1	Santé	Nos enfants peuvent-ils boire l'eau du robinet ?	Ma forme et l'eau	Nos enfants peuvent-ils boire l'eau du robinet ?
2	Santé	L'eau, un produit de terroir	Ma forme et l'eau	L'eau du robinet, un produit de terroir d'origine contrôlée
3	Santé	L'eau, alliée de l'été	Ma forme et l'eau	L'eau, la meilleure alliée contre la chaleur
4	Santé	L'eau au menu	Ma forme et l'eau	L'eau au menu
5	Santé	Puisez le calcium à la source	Ma forme et l'eau	Puisez le calcium à la source
6	Salle de bain	Hygiène et bien-être au quotidien	Ma forme et l'eau	Salle de bains, salle de soins
7	Sport et Eau	L'eau du robinet, alliée de votre forme	Ma forme et l'eau	Sport et eau du robinet, les alliés de votre santé
8	Santé	Tous à l'eau du robinet	Ma forme et l'eau	Santé : Tous à l'eau du robinet
9	Assainissement	Tous acteurs du développement durable	Mon environnement	Assainissement des eaux usées : préservons notre cadre de vie
10	Santé	L'eau du robinet, partenaire de votre nutrition	Ma forme et l'eau	L'eau du robinet : partenaire d'une bonne nutrition

La rubrique dossier paraît sous le thème unique de « Ma forme et l'eau » sauf au numéro 9 dédié à l'assainissement qui s'intitule « Mon environnement ». La rubrique « Ma forme et l'eau » est directement liée à la santé, la rubrique en couverture étant, en effet, majoritaire (78% - 7 numéros sur 9). Ce choix éditorial induit un lien direct entre bonne santé et forme où l'eau s'impose comme une alliée indispensable. Ces numéros insistent sur sa qualité (numéros 1 & 2), ses apports (4, 5, 8 & 10) et ses vertus ludiques (3). Deux sous rubriques élargissent le spectre de la rubrique « ma forme et l'eau » : la première (numéro 6) porte sur la salle de bain introduisant la notion d'hygiène et une seconde sur le sport (numéro 7). Ces deux nouvelles rubriques correspondent effectivement au monde de la forme : santé, physique, bien-être… Bref, les bonnes habitudes. Sous la rubrique « ma forme », L'eau & vous se permet un traitement de tout ce qui a attrait à l'hygiène de vie, au comportement de l'individu dans la sphère privée et en général.

A ce titre le numéro 2 peut sembler présenter une relation distante entre la rubrique et le thème. Ce numéro se consacre au caractère local de l'eau insistant sur sa bonne qualité. Dans une catégorie sur ma forme, le caractère local et sûr de l'eau est en distorsion de prime abord avec le thème du dossier. C'est sous l'angle des apports en silicium ou en calcium, que le dossier trouve sa légitimité dans cette rubrique.

Le thème de la santé est donc un thème global à entendre sous l'angle d'une bonne hygiène de vie.

L'unique dossier sur l'environnement est un thème original qui affirme la position prise par Lyonnaise des Eaux. L'absence de traitement de thème similaire empêche la comparaison. Le choix de cette thématique est particulièrement intéressant. Elle casse la démarche classique d'un distributeur qui veut rassurer sur la qualité ou donner des conseils sur l'eau. Ce dossier traite en effet, du rôle de chacun pour le développement durable et du rôle à jouer dans le cadre du cycle de l'eau, un cycle dont le distributeur est expert. Ce numéro se présente comme un plaidoyer qui répond aux exigences de communication du distributeur. Il correspond également à une démarche plus citoyenne de l'entreprise. Il impose enfin, Lyonnaise des Eaux comme un expert qui propose un mode de vie, un mode de comportements en vue de la protection de l'environnement. C'est un numéro particulièrement intéressant en termes de prescription et de discours pour faire prendre conscience au lecteur de son rôle à jouer.

« Résultats du questionnaire »

Panel des interrogés
1 personne chargée de la conception - rédaction
1 personne chargée de la supervision et rédaction
2 personnes rédactrices depuis le début du support
1 personne rédactrice depuis moins de 3 ans
1 personne rédactrice depuis moins d'un an

- **Valeurs de L'eau & vous**

Question : « Donnez les 3 valeurs de L'eau & vous»

Proximité	2	13%
Pratique	3	20%
Usage	3	20%
Transparence	2	13%
Bien être	2	13%
Lisibilité (Rubriquage)	1	8%
Pédagogie	2	13%
Sur 5 réponses, un interrogé n'a pas compris la question		

- **Finalité de L'eau & vous**

Question : « Classez ces finalités par ordre de priorités auxquelles doit répondre L'eau & vous. (Mettre le chiffre dans la case selon l'importance. Par exemple : Information = 2, Commerciale = 6, Pédagogique et éducative = 1, Citoyenne = 3, Institutionnelle = 4, Publicitaire = 5) »

1	Information	83%
2	Pédagogique et éducative	67%
3	Citoyenne	50%
4	Institutionnelle	33%
5	Publicitaire	83%
6	Commerciale	33%

Lire le résultat : « 83% des interrogés ont classé la finalité « information » comme la première priorité, 67% la « pédagogie et l'éducation » comme la deuxième priorité, etc. »

Commentaires :
Les réponses sont assez homogènes sauf pour la finalité institutionnelle et commerciale. La finalité institutionnelle apparaît comme finalité également répartie entre un classement de 3 à 5. Elle semble donc importante à peu importante en fonction de l'interrogé. La finalité commerciale fait l'objet d'une classification inégale étant à la fois très importante à minoritaire selon l'interrogé. C'est sur cette finalité que se ressentent les différences quant à la finalité de L'eau & vous. La finalité stratégique comme première visée de L'eau & vous a été souligné par un interrogé. La finalité Publicitaire apparaît unanimement comme secondaire. Un résultat en discordance avec la question suivante.

Question : Notez l'importance de ces finalités sur une échelle de 1 à 5 (Mettre une croix dans la case correspondante)
(1 = pas important, 2 = peu important, 3 = moyennement important, 4 = important, 5 = très important)

1. Information	80% l'ont jugé « très importante »

2. Commerciale	40% l'ont jugé « moyennement importante »
3. Pédagogique et éducative	80% l'ont jugé « très importante »
4. Citoyenne	60% l'ont jugée « moyennement importante » et 40% « importante ».
5. Institutionnelle	60% l'ont jugée « peu importante » et 40 % « moyennement importante »
6. Publicitaire	40% l'ont jugé « pas importante ». Deux interrogés l'ont noté « importante »

Commentaires :
L'eau & vous semble donc répondre à un besoin en information et pédagogie. Son aspect citoyen est assez important. La finalité publicitaire fait l'objet d'une répartition inégale de pas importante à importante, ce qui souligne une distorsion de point de vue.

Conclusion :
L'eau & vous est perçu comme un support d'information. Il est également perçu comme un support pédagogique, de conseil et un support à finalité soit commerciale, publicitaire ou stratégique selon l'interrogé. L'importance institutionnelle Lyonnaise des Eaux du support n'est pas particulièrement ressentie.

- **Les Thèmes de L'eau & vous**

Questions : « Jusqu'à présent, quels étaient les thèmes privilégiés de L'eau & vous ? Notez par ordre d'importance de 1 à 5 »

	1	**2**	**3**	**4**	**5**
1. Société	2	2	2		
2. Qualité de l'eau					5
3. Développement Durable	1		1	1	2
4. Cadre de vie	1		2		2
5. Usages de l'eau / Quotidien			1		5
6. Facture			3	1	1
7. Consommation				4	
8. Santé			1	3	2
9. Environnement			2	3	
10. Institutionnel	1		2	1	
11. Technique (activités de LDE)	1	2	2		
12. Disponibilité (services LDE)		1	2	1	
13. L'information régionale			2	1	2

« Parmi ces thèmes, choisissez trois thèmes prédominants ? »

Valeurs choisies		
Qualité	4	23%
Santé	3	18%
Usages	4	23%
Facture	1	6%
DD	3	18%
Cadre de vie	2	12%

Selon vous, des thèmes seront-ils amenés à évoluer ? Si oui, quels thèmes sont amenés à disparaître ou à prendre de l'importance ?
(Réponses libres)
Le thème du développement durable / cadre de vie est majoritairement compris comme un thème appelé à prendre de l'importance. L'aspect clientèle et services comme les sujets usages et pratiques devraient prendre de l'importance au détriment de la santé, la beauté ou le bien être.

Résultats :
La qualité de l'eau apparaît comme le thème principal de L'eau & vous associé à celui de la santé. Les usages et la consommation au quotidien sont également très importants. L'importance du développement durable et du cadre de vie est encore inégalement perçue. Certains la jugent très importante faisant partie des thèmes essentiels alors que certains la jugent importante ou pas importante.
L'aspect régional / local est jugé très important à important. Il n'est pas cité comme un thème prioritaire de L'eau & vous. Il apparaît néanmoins comme un thème attaché à L'eau & vous. La dimension commerciale de ce thème a été soulignée.
Les activités LDE apparaissent comme des axes moyennement importants voir peu ou pas importants. Les réactions à ce thème sont hétérogènes. Certains la jugent comme prioritaires d'autres minoritaires.
L'aspect environnement est bien distingué du DD. Il apparaît également important aux interrogés.
Le thème Société est également réparti entre pas important, peu important et moyennement important. Il n'est pas ressenti comme un thème important.

Conclusion :
On peut distinguer trois axes à L'eau & vous :

2. qualité et santé ;
3. usages au quotidien et aspects pratiques ;
4. développement durable et cadre de vie.

- **Aspect prescripteur de L'eau & vous**

Question : « Dites si vous d'accord avec les affirmations suivantes sur une échelle de 1 à 5 (1 = Pas d'accord, 2 = Plutôt pas d'accord, 3 = Plutôt d'accord, 4 = D'accord, 5 = Tout à fait d'accord)
L'eau & vous

	1	**2**	**3**	**4**	**5**
1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement	0		3	2	1
2. répond à un besoin d'information du public avant tout	0	1	2	2	1
3. veut promouvoir des comportements citoyens	0	2	2	2	
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau	0	2	1	3	
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)	0	3	2		1
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau	0	1	2	1	2
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau	0		3	3	
8. veut rassurer le consommateur	0	1	1	2	2

Résultats :
Il faut tout d'abord noter que les réponses sont assez hétérogènes sur cet aspect.

L'aspect prescripteur pratique (item 1) est plutôt bien accepté (50% sont plutôt d'accord, 33% d'accord)

La réponse au besoin d'information du public suscite des réactions très distinctes allant de peu d'accord à tout à fait d'accord. Les réponses sont réparties de façon homogène ce qui montre une différence de perception sur cette question.
La promotion de comportements citoyens n'apparaît pas comme une finalité de L'eau & vous Les réponses sont néanmoins également réparties entre peu d'accord et plutôt d'accord.

La sensibilisation aux enjeux de l'environnement est peu importante (50%), un interrogé est néanmoins tout à fait d'accord avec cette fonction de L'eau & vous.
La transmission de valeurs liées à l'environnement suscite également des différences de points de vue. Les réponses sont également réparties entre peu d'accord à tout à fait d'accord avec cette finalité donnée à L'eau & vous.
Les solutions pour le quotidien semblent une fonction bien comprise et qui obtient le consensus des interrogés.
La fonction rassurante de L'eau & vous obtient également des réponses de peu d'accord à tout à fait d'accord. La fonction semble néanmoins majoritairement acceptée (66% sont au moins d'accord avec sa finalité rassurante).

- **La Cible de L'eau & vous**

Question : Quelle est la cible principale de L'eau & vous ?

Utilisateurs - Grand public	2	33,5%
Les usagers de LDE	1	16,5%
Femmes	3	50%

Les consommateurs sont cités en priorité. La distinction consommateurs / clients de LDE n'est pas toujours explicitée mais sous-entendue. Trois personnes soulignent que les femmes sont les cibles prioritaires de L'eau & vous. Un interrogé ne considère pas du tout la femme comme une cible à part entière de L'eau & vous.

Question : Pourquoi avoir choisi cette cible ?
(Réponse libre) La cible « consommateurs » correspond à la finalité même de L'eau & vous : donner de l'information et démarche de LDE de s'adresser aux usagers. La femme est citée comme une cible au rôle prescripteur et également lectrice (donc cible) du support.

Question : A quel point détermine-t-elle les choix faits ?

(Réponse libre)
Les sujets sont choisis en fonction des activités LDE et bénéfices clients. La femme ne détermine pas assez les choix faits.
Si la femme est ciblée, c'est qu'elle est celle qui s'occupe du foyer et qui décide de l'achat de bouteilles ou non.
Les réponses libres ont fait ressortir un choix des sujets fonction de ce que souhaitait dire LDE davantage qu'une adaptation des sujets traités à la cible.

Il est important de noter néanmoins que les sujets sont choisis en fonction du rôle traditionnel de la femme au foyer et de ses centres d'intérêt.

Question : Selon vous, quelle image de la femme véhicule L'eau & vous ?

(Réponse libre)
La femme de L'eau & vous est jeune, active, urbaine, célibataire, contemporaine. C'est une femme préoccupée par la famille et les enjeux de santé.
Il a été noté que l'image active, jeune et jolie de la femme véhiculée par L'eau & vous semblait en contradiction avec la cible, une consommatrice au foyer a priori plutôt âgé de cinquante ans et habitant en Province.

Conclusion :
La femme est assez bien ressentie comme une cible de L'eau & vous. Elle détermine peu les choix des sujets mais fait partie intégrante du dispositif. Pour s'adresser à une femme sur des questions techniques liées à l'activité du distributeur d'eau, l'aspect préoccupation de mère (santé, cadre de vie et foyer) ressort. Il est important de s'adresser à elle sous l'angle de la pédagogie et vie de famille.

- **Le support : contraintes, futurs et perceptions**

Le choix de la couverture

Le choix majoritairement féminin de la couverture est un choix lié aux circonstances (contraintes temps, facilité de trouver des visuels féminins). Il est néanmoins également perçu comme relatif à la cible à laquelle s'adresse L'eau & vous (femmes et filles) offrant plus de complicité.

Le choix de l'enfant en couverture est un choix parlant pour les lecteurs (émotion / futur). Ils symbolisent l'avenir et ceux que l'on protège.
Le choix d'hommes semblent plus difficile. S'ils ne sont pas la cible directe, les photos d'hommes sont ressenties comme des visuels plus difficiles à trouver ou n'incarnant pas les valeurs de L'eau & vous (gay !).

Sur le processus du choix de la couverture : selon les interrogés, les réponses varient. Textuel envoie 6 à 8 visuels. Le siège choisit. Lors d'une hésitation, il lui arrive de consulter les correspondants ou consulte les correspondants (varie selon les réponses) sur un panel de deux à trois visuels.

Contraintes

La saisonnalité est ressentie comme une monotonie par certains (33%) Elle ne constitue pas un obstacle pour la majorité (50%). Pour 33% des interrogés, l'information a besoin d'être répétée. L'obstacle ressenti est la contrainte visuelle qui oblige une certaine répétition des visuels (33% l'ont cité).

La contrainte de l'organisation est plus ou moins exprimée : le choix des sujets très en amont de l'actualité et des préoccupations locales, le circuit de la validation, le temps / délais.

La contrainte budgétaire est également ressentie. Pas de dossiers de fond envisagés, de suppléments thématiques et pratiques ou de leaflet saisonnier / local à insérer dans le support au moment de l'impression.

Les contraintes de l'adaptation besoins du CR par rapport au national ou de la ligne éditoriale par rapport aux intérêts des directions apparaissent comme des obstacles internes. Le profil des communicants semble également causer problèmes quant au respect de la ligne éditoriale ou des besoins de la cible.

Futur
Le sondage d'opinion (Sofres) est cité mais également les retours internes (agent LDE) ou externes (demande de posters) permettent d'indiquer que L'eau & vous est un magazine apprécié et reçu positivement par la cible.
Certains considèrent que l'Eau & Vous ne fait pas l'objet d'un retour quel qu'il soit pour 33% des interrogés.

Le futur du magazine dépend de la capacité de L'eau & vous à évoluer. Revoir la maquette est cité par 50% des interrogés. Ils parlent de « relookage », d'ajouter davantage de visuels voire de supprimer les pages 2 et 3 qui semblent répétitives.

Une évolution vers une démarche plus commerciale / clientèle semble s'affirmer.

Le besoin de renouvellement est assez ressenti.

Remarques de méthode

Le questionnaire semble avoir été un peu long pour certains. Certaines questions n'ont pas toujours été comprises ou peur de mal y répondre. Globalement, la réflexion sur le support est jugée intéressante et utile. Un interrogé souhaite connaître les résultats.

Questionnaire l'Eau & Vous

Panel

1 personne chargée de la conception - rédaction
1 personne chargée de la supervision et rédaction
2 personnes rédactrices depuis le début du support
1 personne rédactrice depuis moins de 3 ans
1 personne rédactrice depuis moins d'un an

I. Valeurs de l'Eau & Vous

Proximité
Pratique
Usage
Transparence
Bien être
Lisibilité (Rubriquage)
Pédagogie

Sur 5 réponses, un interrogé n'a pas compris la question

II. Finalité de l'Eau & Vous

Classement des priorités

Information
Commerciale
Pédagogique et éducative
Citoyenne
Institutionnelle
Publicitaire

Sur 6 réponses

Information
Pédagogique et éducative
Citoyenne
Institutionnelle
Publicitaire
Commerciale

Ordre d'importance

Information
Commerciale
Pédagogique et éducative

La finalité Commerciale est jugée moyennement importante ou peu importante à égale proportion (40%)
Un interrogé a néanmoins jugé cette finalité très importante

La finalité Pédagogique est jugée très importante (80%)

La finalité Citoyenne est jugée moyennement importante (60%)et importante (40%)

La finalité Institutionnelle est jugée peu importante (60%) et moyennement importante (40%)

La finalité Publicitaire est jugée pas important (40%). Elle fait néanmoins l'objet d'une répartition inégale entre pas importante à importante.

Commentaires des interrogés :
Importance également de la finalité Conseil

Thèmes

1. Société
2. Qualité de l'eau
3. Développement Durable
4. Cadre de vie
5. Usages de l'eau / Quotidien
6. Facture
7. Consommation
8. Santé
9. Environnement
10. Institutionnel
11. Technique (activités de LDE)
12. Disponibilité (services LDE)
13. L'information régionale

Sur 6 réponses incomplètes (certains items n'ont pas été remplis par des interrogés)

Valeurs choisies
Qualité
Santé
Usages
Facture
DD
Cadre de vie

La qualité de l'eau apparaît comme le thème principal de l'Eau & Vous associé à celui de la santé. Les usages et la consommation au quotidien sont également très important. L'importance du Développement Durable et du Cadre de vie est encore inégalement perçue. Certains la jugent très importante faisant partie des thèmes essentiels alors que certains la jugent importante ou pas importante.

L'aspect régional / local est jugé très important à important. Il n'est pas cité comme un thème prioritaire de l'Eau & Vous. Il apparaît néanmoins comme un thème attaché à l'Eau & Vous. La dimension commerciale de ce thème a été soulignée.

Les activités LDE apparaissent comme des axes moyennement importants voir peu ou pas importants. Les réactions à ce thème sont hétérogènes. Certains la jugennt comme prioritaires d'autres minoritaires.

L'aspect Environnement est bien distingué du DD, il apparaît également important aux interrogés.

Le thème Société est également réparti entre pas important, peu important et moyennement important. Il n'est pas ressenti comme un thème important.

On peut distinguer trois axes à l'Eau & Vous : qualité et santé / usages au quotidien et aspects pratiques / Développement Durable et cadre de vie/

Thèmes qui devraient évoluer
L'aspect clientèle / disponibilité de services

Le thème du Développement Durable / Cadre de vie est majoritairement compris comme un thème appelé à prendre de l'importance.

Les sujets pratiques et usages au détriment de la santé beauté et bien être

Aspect prescriptif

1. joue l'information pratique pour prescrire un comportement
2. répond à un besoin d'information du public avant tout
3. veut promouvoir des comportements citoyens
4. veut faire connaître les activités de distribution d'eau
5. veut sensibiliser aux enjeux liés à l'eau (sécheresse, etc.)
6. veut transmettre des valeurs de protection de l'environnement / eau
7. veut proposer des solutions aux problèmes quotidiens liés à l'eau
8. veut rassurer le consommateur

Sur 6 réponses

Il faut noter que les réponses sont assez hétérogènes sur cet aspect.

L'aspect prescriptif pratique (item 1) est plutôt bien accepté (50% sont plutôt d'accord, 33% d'accord)

La réponse au besoin d'information du public suscite des réactions très distinctes allant de peu d'accord à tout à fait d'accord. Les réponses sont réparties de façon homogènes ce qui montre une différence de perception sur cette question.

La promotion de comportements citoyens n'apparaît pas comme une finalité de l'Eau & Vous. Les réponses sont néanmoins également réparties entre peu d'accord et plutôt d'accord.

La sensibilisation aux enjeux de l'environnement est peu importante (50%), un interrogé est néanmoins tout à fait d'accord avec cette fonction de l'Eau & Vous.

La transmission de valeurs liées à l'environnement suscite également des différences de points de vue. Les réponses sont également réparties entre peu d'accord à tout à fait d'accord avec cette finalité donnée à l'Eau & Vous.

Les solutions pour le quotidien semblent une fonction bien comprise et qui obtient le consensus des interrogés.

La fonction rassurante de l'Eau & Vous obtient également des réponses de peu d'accord à tout à fait d'accord. La fonction semble néanmoins majoritairement acceptée (66% sont au moins d'accord avec sa finalité rassurante)

III. La Cible de l'Eau & Vous

La cible principale de l'Eau & Vous

Utilisateurs - Grand public
Les usagers de LDE
Femmes

Les consommateurs sont cités en priorité. La distinction consommateurs / clients de LDE n'est pas toujours explicitée mais sous entendue. Trois personnes soulignent que les femmes sont les cibles prioritaires de l'Eau & Vous. Un interrogé ne considère pas la femme comme une cible à part entière de l'Eau & Vous.

Le choix de la cible

Les Femmes
Prescriptrice (x2)
Lectrice
Consommateurs
Finalité de l'Eau & Vous
S'adresser au plus grand nombre

La cible "consommateurs" correspond à la finalité même de l'Eau & Vous et à une démarche de LDE de s'adresser aux usagers. La femme est citée comme une cible prescriptrice et également lectrice (donc cible) du support.

Le poids de la cible dans le choix des sujets traités par l'Eau & Vous

Les sujets sont choisis en fonction des activités LDE et bénéfices clients. La femme ne détermine pas assez les choix faits.

La femme est celle qui s'occupe du foyer et qui décide de l'achat de bouteilles ou non.

Les réponses libres ont fait ressortir un choix des sujets fonction de ce que souhaitait dire LDE davantage qu'une adaptation des sujets à la cible.

Il est important de noter néanmoins que les sujets sont choisis en fonction du rôle traditionnel de la femme au foyer et de ses centres d'intérêt.

Les femmes
Importance de la cible

Sur 6 questionnés, 1 interrogé ne comprend pas la question, 1 ne répond pas.

Parler de questions techniques à des femmes est considéré comme assez facile et logique mais peu inédit ou contradictoire.

Comment s'adresser à une femme de 50 ans sur des questions d'assainissement

Aspect Santé
Environnement et Cadre de vie
Quotidien du foyer
Enfants / Préoccupation du futur
Explication activités LDE

Les réponses sont très divergentes sur l'angle choisi même si l'aspect préoccupation de mère (santé, cadre de vie et foyer) ressort. Un interrogé juge qu'il est nécessaire d'expliquer l'activité de LDE (information)

La tonalité du magazine
Technique
Vulgarisation technique
Pratiques foyer
Pédagogie
Qualité
Education
Expertise
Enjeux santé
Complicité
Pédagogie
DD
Maison
Pratique

Image de la femme
Jeune, active, urbaine, célibataire, contemporaine

Une femme préoccupée par la famille et enjeux de santé

Il a été noté que l'image active, jeune et jolie de la femme véhiculée par l'Eau & Vous semblait en contradiction avec la cible, une consommatrice au foyer apriori plutôt âgé de cinquante ans et habitant en Province.

IV. Le support

Le choix de la couverture

Le choix majoritairement féminin de la couverture est un choix lié aux circonstances (contraintes temps, facilité de trouver des visuels féminins). Il est néanmoins également perçu comme relatif à la cible à laquelle s'adresse l'Eau et Vous (femmes et filles) offrant plus de complicité.

Le choix de l'enfant en couverture est un choix parlant pour les lecteurs (émotion / avenir). Ils symbolisent l'avenir et ceux que l'on protège.

Le choix d'hommes semblent plus difficiles. S'ils ne sont pas la cible directe, les photos d'hommes sont ressenties comme des visuels plus difficiles à trouver ou n'incarnant pas les valeurs de l'Eau & Vous.

Le choix de la couverture : Textuel envoie 6 à 8 visuels. Le siège choisit. Il lui arrive de consulter les correspondants ou consulte les correspondants (varie selon les réponses)

Contraintes
La saisonnalité est ressentie comme une monotonie par certains (33%) Elle ne constitue pas un obstacle pour la majorité (50%). Pour 33% des interrogés, l'information a besoin d'être répétée. L'obstacle ressenti est la contrainte visuelle qui oblige une certaine répétition des visuels (33% l'ont cité)
La contrainte de l'organisation est plus ou moins exprimée : Le choix des sujets très en amont de l'actualité et des préoccupations locales, le circuit de la validation, le temps / délais.
La contrainte budgétaire est également ressentie. Pas de dossiers de fond envisagés, de suppléments thématiques et pratiques ou de leaflet saisonnier / local à insérer dans le support au moment de l'impression.
L'adaptation besoins du CR et du local par rapport au national, de la ligne éditoriale par rapport aux intérêts des directions apparaissent comme des obstacles internes. Le profil des communicants semble également causer problèmes quant au respect de la ligne éditoriale ou des besoins de la cible.

Impacts & Futur

Le sondage d'opinion (sofres) est cité mais également les retours internes (agent LDE) ou externes (demande de posters) permettent d'indiquer que L'Eau & Vous est un magazine apprécié / reçu positivement par la cible.

Certains considèrent que l'Eau & Vous ne fait pas l'objet d'un retour quel qu'il soit (33%)

Le futur dépend de la capacité de l'Eau & Vous à évoluer. Revoir la maquette est cité (50% relookage - plus de visuel - suppression des pages 2 et 3 qui semblent répétitives)

Une évolution vers une démarche plus commerciale / clientèle semble s'affirmer.

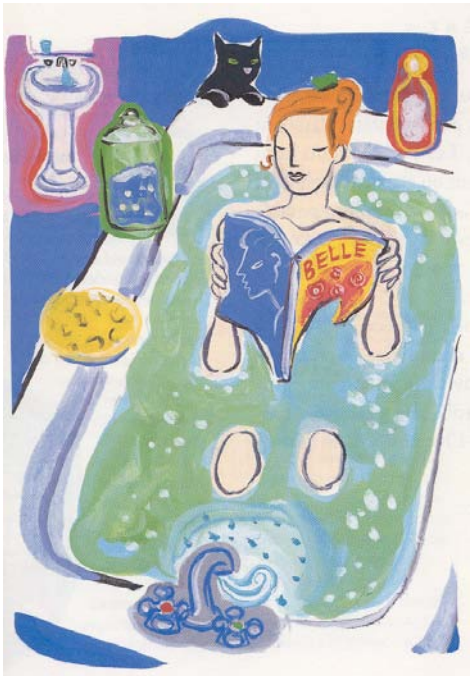
Le besoin de renouvellement est assez ressenti

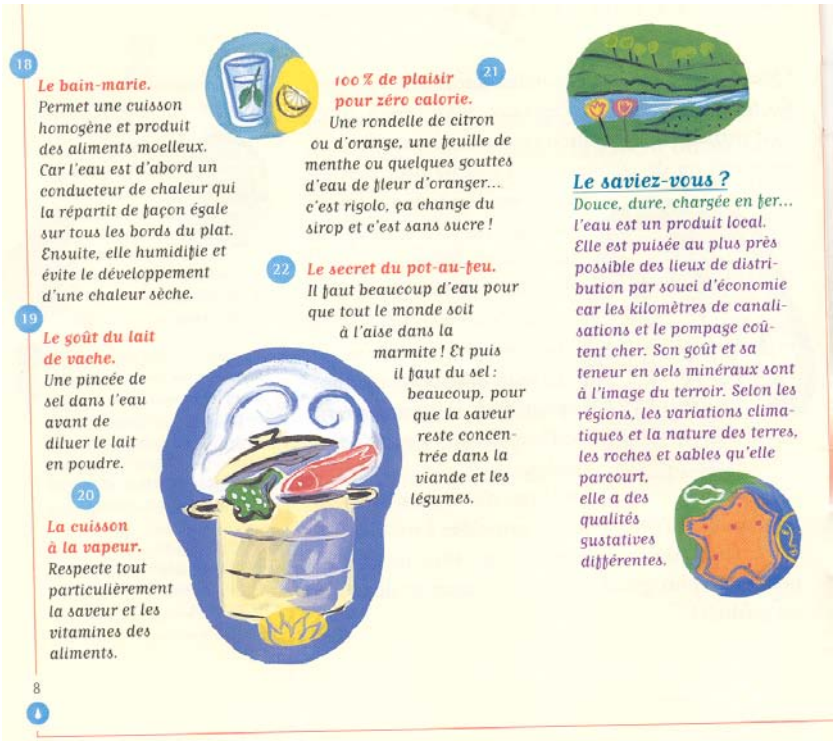
Remarques de méthode

Le questionnaire semble avoir été un peu long pour certains. Certaines questions n'ont pas toujours été comprises ou peur de mal y répondre. Globalement, la réflexion sur le support est jugée intéressante et utile. Un interrogé souhaite connaître les résultats.

17. EXTRAITS DE *L'EAU & VOUS* ET *LYDEC & VOUS*

- ***L'eau & vous***





18 **Le bain-marie.**
Permet une cuisson homogène et produit des aliments moelleux. Car l'eau est d'abord un conducteur de chaleur qui la répartit de façon égale sur tous les bords du plat. Ensuite, elle humidifie et évite le développement d'une chaleur sèche.

19 **Le goût du lait de vache.**
Une pincée de sel dans l'eau avant de diluer le lait en poudre.

20 **La cuisson à la vapeur.**
Respecte tout particulièrement la saveur et les vitamines des aliments.

21 **100 % de plaisir pour zéro calorie.**
Une rondelle de citron ou d'orange, une feuille de menthe ou quelques gouttes d'eau de fleur d'oranger... c'est rigolo, ça change du sirop et c'est sans sucre !

22 **Le secret du pot-au-feu.**
Il faut beaucoup d'eau pour que tout le monde soit à l'aise dans la marmite ! Et puis il faut du sel : beaucoup, pour que la saveur reste concentrée dans la viande et les légumes.

Le saviez-vous ?
Douce, dure, chargée en fer... l'eau est un produit local. Elle est puisée au plus près possible des lieux de distribution par souci d'économie car les kilomètres de canalisations et le pompage coûtent cher. Son goût et sa teneur en sels minéraux sont à l'image du terroir. Selon les régions, les variations climatiques et la nature des terres, les roches et sables qu'elle parcourt, elle a des qualités gustatives différentes.

8

- ***Couverture***

L'eau & VOUS
Le magazine de l'eau au quotidien
Gratuit !
Guide qualité de l'eau
Santé
TOUS A L'EAU DU ROBINET !
p. 4
Consommation
Votre budget eau : 1 € par jour pour quatre personnes p. 6
Pessac
Les secrets du bassin de Fontaudin p. 8
COMMUNAUTE URBAINE DE BORDEAUX
A L'ORIGINE DE VOTRE EAU p. 7
Lyonnaise des Eaux
SUEZ
Automne-Hiver 2005

- ***Rubrique***

LES BONS GESTES

Un chaud-froid stimulant

Chaque matin, à la fin de votre douche chaude, une petite douche froide peut être très bénéfique, à condition de commencer par les jambes et de remonter vers le haut du corps. Ce changement de température déclenche une contraction des muscles pour produire de la chaleur, et un rétrécissement des vaisseaux pour éviter d'en perdre... ■

© S. Hitau

Penser à l'environnement

Profiter des vertus de l'eau, tout en évitant de la gaspiller, c'est possible avec quelques gestes simples. Par exemple, se rincer les dents avec un verre et non au robinet, ou couper l'eau sous la douche quand on se savonne. Autre astuce : le robinet thermostatique permet d'obtenir une eau immédiatement à bonne température, qui limite la consommation et évite les brûlures chez les plus petits. ■

Petit bain pour grande nuit

Le bain calme les enfants et les prépare au sommeil. Si les parents restent à leurs côtés pour une simple question de sécurité, c'est aussi un moment privilégié pour parler de leur journée, jouer, découvrir ensemble des livres spécialement conçus pour le bain, etc. ■

C'EST LE MOMENT DE...

... se mettre enfin au vert

Eh oui, ce n'est peut-être pas le printemps, mais votre magazine a décidé de se mettre au vert en adoptant un film 100 % biodégradable. Après le choix du papier recyclé l'année dernière, c'est un pas de plus pour contribuer au développement durable de notre planète.

... se montrer solidaires

En partenariat avec les départements, Lyonnaise des Eaux participe depuis 1995 au dispositif « Fonds solidarité logement ». Dans chaque agence clientèle, un correspondant « Solidarité eau » est en contact avec les institutions sociales et les associations, afin de pouvoir aider au mieux les personnes qui en font la demande. Les foyers traversant des difficultés passagères peuvent désormais solliciter une aide sociale pour régler leur facture d'eau. Une commission départementale examine ces demandes et statue en fonction des ressources. À ce dispositif s'ajoutent des mesures de prévention et de conseil permettant aux ménages en difficulté de mieux maîtriser leur budget eau : facilité de paiement (mensualisation et échéancier), astuces contre le gaspillage de l'eau...

... réinventer vos tisanes

Fini le triste tilleul-menthe de grand-mère, terminée la camomille rébarbative. Les tisanes ne font plus grise mine et affichent des recettes alléchantes : réglisse, chocolat, gingembre... Alors, vite, un petit sachet, un trait d'eau chaude, un soupçon de miel, et c'est parti pour un hiver très gourmand.

... se prélasser dans un bon bain chaud

Les journées raccourcissent, la lumière se fait plus rare. Ne vous laissez pas gagner par le blues automnal et profitez des soirées d'hiver pour vous faire couler un bain. Afin de profiter au maximum de ce moment précieux, vous pouvez également choisir des essences essentielles aux vertus apaisantes, poser un masque sur votre visage et vos cheveux, bref, prendre du temps pour vous.

LES RÉPONSES DU SPÉCIALISTE

JEAN-MICHEL COHEN | MÉDECIN NUTRITIONNISTE, RESPONSABLE DU SERVICE DES TROUBLES DE L'ADDICTION ALIMENTAIRE À LA CLINIQUE MONTEVIDEO, BOULOGNE-BILLANCOURT (92).

AURAIT-ON OUBLIÉ DE BOIRE DE L'EAU ?

Jean-Michel Cohen : On n'oublie jamais de boire de l'eau, c'est un geste spontané, autonome. Dans un corps constitué à 60 % d'eau, cet élément est indispensable à la vie. Le problème apparaît lorsque les boissons sucrées viennent se substituer à l'eau. Or elles doivent rester des friandises que l'on prend une ou deux fois par semaine ; seule l'eau désaltère. Attention aux eaux aromatisées, riches en sucres ajoutés.

COMMENT RÉGULER LA CONSOMMATION DE CES BOISSONS ?

J.-M. C. : Il s'agit d'une véritable éducation au goût ; les habitudes alimentaires se prennent dès le plus jeune âge. Et, avant onze ans, l'enfant n'est pas responsable de son surpoids. C'est au moment des achats qu'on détermine sa façon de manger, c'est donc tout naturellement à ce moment qu'il faut apprendre à dire non. Pour autant, il n'est pas interdit de boire des boissons sucrées. C'est l'excès qui pose problème. Aujourd'hui, les jeunes tendent à consommer de plus en plus de boissons sucrées, à toute heure de la journée.

DES CONSEILS POUR ACCOMPAGNER LES PARENTS DANS LES BONS GESTES...

J.-M. C. : Rien ne remplace l'eau. Elle est nécessaire à la vie, à la pratique d'un sport, elle se consomme à tous les repas... Et celle du robinet peut se boire dès la naissance, puisqu'il s'agit d'une eau saine qui a subi un traitement et une stérilisation avant d'être distribuée. De plus, c'est une boisson minéralisée, contenant tous les éléments indispensables à la santé : calcium, magnésium, fluor et fer.

DE VOUS À NOUS

4 BONNES RAISONS DE BOIRE DE L'EAU

1 **L'eau du robinet est saine :** le traitement de l'eau, en amont et en aval des usines de production, garantit la qualité et la sûreté de l'eau du robinet.

2 **L'eau du robinet est disponible 24 h/24 :** c'est un produit qui arrive tous les jours à votre robinet. Même en période de sécheresse, votre distributeur vous garantit une distribution permanente.

3 **L'eau du robinet est écologique :** elle ne génère aucun déchet.

4 **L'eau du robinet est économique :** elle coûte cent fois moins cher que l'eau en bouteille.

LES BONS GESTES

Sophie Obadia

PRATIQUE, LA GOURDE

Glissez dans le cartable de votre enfant une gourde, qu'il pourra remplir d'eau au robinet, à tout moment de la journée. En métal ou en plastique, de toutes les couleurs, elle sera le partenaire idéal pour les sorties ou pour une journée bien remplie.

DE L'EAU... À TOUS LES REPAS

À table, proposez toujours une carafe d'eau. En dehors des repas, n'hésitez pas à proposer un petit verre d'eau aux enfants qui ne pensent pas toujours à boire... Réservez enfin les boissons sucrées et les sodas pour les fêtes et les occasions exceptionnelles.

DES GOÛTS ET DES COULEURS

Pour réapprendre le goût de l'eau à votre enfant, donnez-lui un petit goût surprenant : ajoutez un zeste de citron, un jus d'orange pressée, quelques feuilles de menthe ou encore trois gouttes d'Antésite. Une tisane aux fruits, servie fraîche ou chaude avec du miel, est non seulement bienfaisante mais délicieuse ! Nul doute que vos enfants et vos ados se laisseront tenter par ces saveurs simples et peu caloriques.

Gratuit !
Service lecteur

GUIDE OFFERT

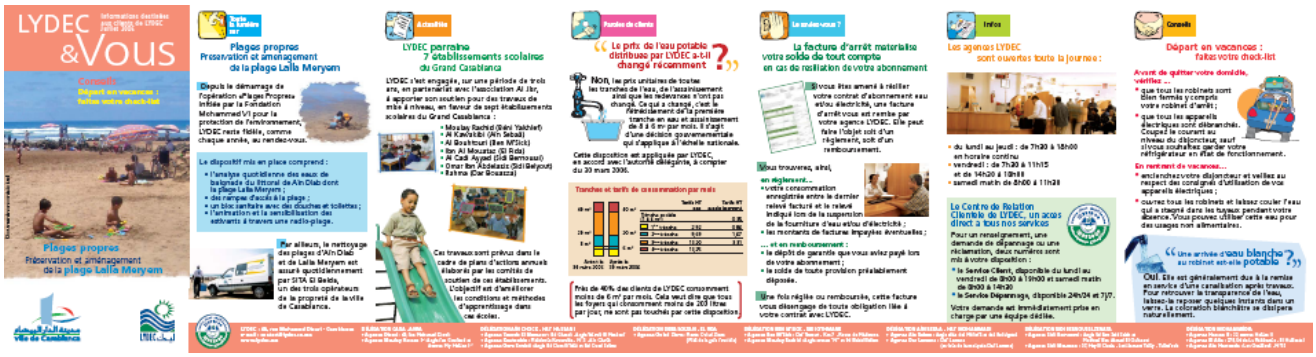
Demandez à recevoir notre dossier *Coaching nutrition* réalisé par des médecins nutritionnistes : cinq programmes pour reprendre le chemin de la forme et de la minceur (dont un programme spécifique pour les enfants en surpoids).

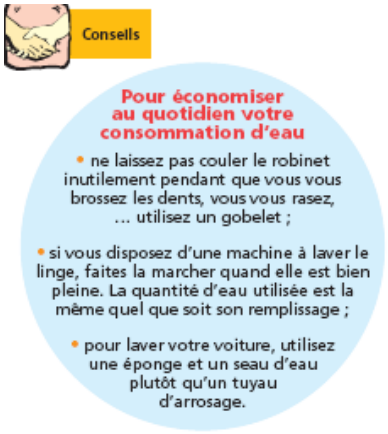
Pour recevoir gratuitement ce dossier, il suffit d'en faire la demande :
- par e-mail (réponse sous 24 heures)
servicelecteur4@lyonnaise-des-eaux.fr
- ou par courrier (réponse dans un délai de trois semaines environ) en écrivant à l'adresse suivante :
RBI - Programme nutrition,
28481 THIRON Cedex.

Ce service lecteur entièrement gratuit est limité au 31 janvier 2006. Les demandes adressées après cette date ne pourront pas être satisfaites.

- ***LYDEC & vous***

LYDEC
Informations destinées aux clients de LYDEC
Janvier 2006
&Vous
Conseils
Pour économiser au quotidien votre consommation d'eau
Le saviez-vous
Réglez vos arriérés sans vous déplacer
LYDEC au service de l'INDH :
un accès à l'eau,
à l'assainissement et à l'électricité
pour tous
مدينة الدار البيضاء
ville de Casablanca
LYDEC


LYDEC &Vous
Plages propres
Préservation et aménagement de la plage Lalla Meryem
Actualités
LYDEC parraine 7 établissements scolaires du Grand Casablanca
Paroles de clients
« Le prix de l'eau potable distribuée par LYDEC a-t-il changé récemment ? »
Non, les prix unitaires de toutes les tranches de l'eau, de l'assainissement ainsi que les redevances n'ont pas changé. Ce qui a changé, c'est le relèvement de la première tranche en eau et assainissement de 8 à 6 m³ par mois. Il s'agit d'une décision gouvernementale qui s'applique à l'échelle nationale.
Cette disposition est appliquée par LYDEC, en accord avec l'autorité délégante, à compter du 30 mars 2006.
Le saviez-vous ?
La facture d'arrêt matérialise votre solde de tout compte en cas de résiliation de votre abonnement
Info
Les agences LYDEC sont ouvertes toute la journée :
Le Centre de Relation Clientèle de LYDEC, un accès direct à tous nos services
Conseils
Départ en vacances : faites votre check-list
« Une arrivée d'eau blanche ? au robinet est-elle potable ? »
Oui. Elle est généralement due à la remise en service d'une canalisation après travaux. Pour retrouver la transparence de l'eau, laissez-la reposer quelques instants dans un verre. La coloration blanchâtre se dissipera naturellement.


Conseils
Pour économiser au quotidien votre consommation d'eau
• ne laissez pas couler le robinet inutilement pendant que vous vous brossez les dents, vous vous rasez, ... utilisez un gobelet ;
• si vous disposez d'une machine à laver le linge, faites la marcher quand elle est bien pleine. La quantité d'eau utilisée est la même quel que soit son remplissage ;
• pour laver votre voiture, utilisez une éponge et un seau d'eau plutôt qu'un tuyau d'arrosage.

Conseils
Départ en vacances :
faites votre check-list
Avant de quitter votre domicile, vérifiez ...
• que tous les robinets sont bien fermés y compris votre robinet d'arrêt ;
• que tous les appareils électriques sont débranchés. Coupez le courant au niveau du disjoncteur, sauf si vous souhaitez garder votre réfrigérateur en état de fonctionnement.
En rentrant de vacances...
• enclenchez votre disjoncteur et veillez au respect des consignes d'utilisation de vos appareils électriques ;
• ouvrez tous les robinets et laissez couler l'eau qui a stagné dans les tuyaux pendant votre absence. Vous pouvez utiliser cette eau pour des usages non alimentaires.

Info
Vous avez un
puits dans votre maison, rappelez-vous que :
• selon la législation marocaine les puits sont soumis à une autorisation ;
• l'eau du puits ne peut être consommée comme une eau de boisson ;
• toute connexion entre votre installation privée et le réseau public est interdite. Ce qui présenterait un risque sanitaire important mettant en péril la sécurité des personnes desservies par le réseau public.

Pour plus de **confort**, réglez vos factures par **prélèvement automatique bancaire**

Pratique et sécurisé, ce mode de paiement vous évite les déplacements tout en gardant le contrôle de vos règlements :
à la réception de votre facture, vous avez toujours la possibilité de suspendre votre prélèvement en le notifiant à votre agence bancaire ou à votre agence LYDEC.

Pour adopter ce mode de paiement, contactez votre agence LYDEC la plus proche où un imprimé d'autorisation de prélèvement bancaire vous sera remis.
Cet imprimé doit être signé par votre banque et déposé à votre agence LYDEC.

Ce service est offert aux clients détenteurs d'un compte auprès de la BMCI, BMCE, Attijariwafa bank ou SGMB à Casablanca et Mohammedia.

ETUDE GENREE A LYDEC

18. ENQUETE : « ETRE FEMME A LYDEC »

Ce questionnaire doit rester anonyme.

Objectif :
Identifier les attentes spécifiques aux femmes salariées de LYDEC par rapport aux politiques RH, conditions de travail, organisation…

Votre âge : ……
Votre ancienneté : ……
Votre niveau de formation : ……..

Statut (Cochez la case) :
Cadre ❒
Maîtrise ❒
Opérationnel ❒

Questionnaire

Pour chacune des affirmations suivantes, veuillez noter si vous êtes d'accord de 1 à 5.
1 : Pas d'accord
2 : Plutôt pas d'accord
3 : D'accord
4 : Plutôt d'accord
5 : Tout à fait d'accord

Affirmation	- -	-	0	+	++
	1	2	3	4	5
Vous aimez travailler à LYDEC.					
Vous aimez travailler dans votre service.					
Vous aimez votre travail.					
Vous êtes prête à travailler plus.					
Vous seriez prête à travailler plus pour gagner plus.					
Vous seriez prête à travailler plus pour avoir plus de responsabilités.					
Vous trouvez que vous travaillez trop d'heures.					
Vous souhaiteriez des horaires plus flexibles.					
Vous souhaiteriez travailler dans une autre entité.					
Vous avez du mal à organiser votre travail et vie de famille en même temps.					
Vous ressentez régulièrement de la fatigue (fréquence de pas du tout à très souvent).					
Vous appréciez votre supérieur.					
Votre supérieur écoute vos demandes et s'adapte à vos contraintes personnelles.					
LYDEC peut vous offrir des opportunités d'évolution.					

Impressions et perceptions
Répondez librement à ces questions.

Rapport au travail :

Que pensez-vous de votre travail ?
……
……
……
……
……
……

Que souhaiteriez-vous changer dans votre travail ?
……
……
……
……
……
……

Est-ce qu'il y a d'autres raisons autres que la maladie ou les congés annuels qui vous ont amenées à être absente de votre travail ?
……
……
……
……
……
……

Pensez-vous travailler dans un contexte agréable avec des avantages qui n'existent pas dans d'autres entreprises ? Si oui, lesquels ?
……
……
……
……
……

Qu'aimeriez-vous disposer à LYDEC pour améliorer votre cadre de travail et votre vie quotidienne ?
……
……
……
……
……
……

Pensez-vous rester à LYDEC ?

Oui ☐ Non ☐

Si non, classez par ordre de priorité, les causes de votre départ. (1 à 7, 1 : désigne la priorité la plus importante)

☐ Plan de carrière.
☐ Salaire.
☐ Flexibilité du temps de travail.
☐ Occupation d'un poste de responsabilité.
☐ Formation.
☐ Avantages sociaux.
☐ Autres.

Pensez-vous rester à LYDEC jusqu'à l'âge de 60 ans?

Oui ☐ Non ☐

Quelle est la forme de départ que vous envisagez ?

☐ Retraite normale.
☐ Retraite anticipée.
☐ Autres : …..

Rapport aux collaborateurs :

Travaillez-vous en majorité avec des hommes ou des femmes ?
……

Cela a-t-il des conséquences sur votre environnement de travail ? Si oui, lesquelles ?
……
……
……
……
……

Aimerez-vous travailler dans un environnement occupé uniquement par des femmes ? Pourquoi ?
……
……
……
……
……

Trouvez-vous handicapant d'être une femme dans un secteur d'activité majoritairement masculin ? Si oui, pourquoi ?
……
……
……
……
……

Trouvez-vous handicapant de travailler quand on est une femme ? Si oui pourquoi ?

(Raisons de travail, de famille, d'idées reçues etc.)
……
……
……
……
……
……

Rapport à la vie familiale

Avez-vous un mari ? Avez-vous des enfants ?
……

Avez-vous des personnes à charge (parents, cousins, autres…) ?
……

Devez-vous organiser la vie familiale en rentrant chez vous ?
……

Selon vous, combien de temps par jour devez-vous travailler pour les tâches familiales ?
……
……

Avez-vous beaucoup de temps de transport ? Combien ?
……

Vision du futur et de votre évolution :

Quelle place aimeriez-vous occuper dans l'avenir à LYDEC ?
……
……
……
……
……
……

Avez-vous des ambitions de travail (Carrières) ?
……
……
……
……
……
……

Quel type de formation répondrait à cette ambition ?
……
……
……

Est-ce une formation que vous pouvez suivre à LYDEC ?

……
……

Votre profil :

Quel est votre atout au travail ?
……
……
……

Quelles sont vos qualités au travail ?
……
……
……
……
……

Pensez-vous qu'il y a des qualités que les femmes ont et que les hommes n'ont pas dans le cadre du travail ? Si oui, lesquelles ?
……
……
……
……
……

Quelles sont vos suggestions pour améliorer vos conditions de travail ?
……
……
……
……

Commentaires libres sur ce questionnaire et cette démarche :
……
……
……
……
……

19. RESULTATS DU QUESTIONNAIRE : BAROMETRE « ETRE FEMME A LYDEC »

OBJECTIFS :

- Nouvel outil baromètre RH.
- Adapter la politique RH à des besoins exprimés par les femmes.
- Former la Fonction RH à la démarche « genre » ou d'égalité.

SOMMAIRE :

- Principaux Résultats.
- Descriptif de la Démarche.
- Portrait sexo-spécifique de LYDEC.
- Focus-Groupe Test.
- Enquête Quanti / Quali Test.

PRINCIPAUX RESULTATS

- Un bilan positif du portrait sexo-spécifique de LYDEC notamment sur la présence de femmes dans les postes à responsabilités, la formation.
- Un travail est à réaliser sur les postes ouverts aux femmes.
- Une satisfaction globale, une motivation exprimée et ressentie.
- Pas d'expression de problèmes liés à l'univers masculin.
- Une démarche appréciée.
- Des propositions d'initiatives et pistes intéressantes pour la DRH et la DCDD.

DESCRIPTIF DE LA DEMARCHE

Depuis le début de l'année 2008, LYDEC a mené une analyse de ses effectifs pour établir un portrait Hommes/Femmes de l'entreprise.

L'objectif est de disposer d'un panorama complet et détaillé qui permette à l'entreprise de cibler de nouvelles actions à mener en faveur du bien-être des femmes et des hommes de LYDEC.

A partir de ce bilan, la Direction des Ressources Humaines et la Direction de la Communication et du Développement Durable souhaitent lancer une formation au genre / sur l'égalité de l'ensemble des collaborateurs et collaboratrices de la Fonction Ressources Humaines afin de promouvoir la place de la femme au sein de notre entreprise et veiller à son bien-être.

A long terme, établir une sensibilisation de l'ensemble du personnel et constituer un outil de reporting régulier sur ce sujet est visé.

Pour illustrer cette démarche, LYDEC a crée un logo dessinant un cercle d'hommes s'ouvrant à l'entrée de la femme, une symbolique d'ouverture et d'égalité.

Portrait Sexo- Spécifique de LYDEC

Quelques résultats :
- Un bilan positif par rapport au niveau national.
- Une représentation supérieure au Groupe aux postes à responsabilité (CDG, CO et cadres)
- Travail à réaliser sur les postes ouverts aux femmes et positions intermédiaires.

Détails du portrait :

Effectif
- 13% d'employées, 15,5% au niveau du Groupe SUEZ.

Il faudrait mener une comparaison avec les autres entreprises du secteur au Maroc.
(ALMAE devrait mener une enquête à ce sujet. *A suivre*)

Pyramide des âges, ancienneté
- L'âge moyen des femmes : 42 ans et des hommes : 45 ans.
- L'ancienneté des femmes : 15 ans et des hommes : 18 ans.

Responsabilités
- 26% des postes de direction sont occupés par des femmes, 18% des membres du Comité d'Orientation sont des femmes. Pour comparaison, 16,8% de cadres au niveau du Groupe SUEZ.
- 15,4% sont membres du CDG, 10% au Comex de SUEZ. Par contre, il n'y a pas de femmes dans le Conseil d'Administration de LYDEC.

Postes
- Les femmes occupent 80 fonctions.
- Elles sont 12% occupent dans les fonctions opérationnelles, 25% dans les fonctions supports.

- Certains postes ne sont pas ouverts aux femmes… *A étudier*.
    - Chef de service.
    - Délégué Préfectoral et Délégué Préfectoral adjoint.
    - Animateur Prévention Sécurité.
    - Technicien de travaux Eau et Assainissement.
    - Superviseur qualité travaux.

- Les Directions très majoritairement masculines (> 90% !) :
    - DGA Opérations (100%)
    - Anomalies Fraudes (100%)
    - DEE (97.21%)
    - DEEA (95.75%)
    - DMG (91.3%)
    - DRPA (91%)
    - Délégation Sidi Bernoussi (91%)

- Les Directions paritaires :
    - DJ.
    - DGA Support
- Les Directions majoritairement féminines :
    - DAS (75%)
    - Direction de la Communication (60%)

Salaires
(salaires des statutaires)

- Différence moyenne de 12,7% à expliquer par l'ancienneté. Les hommes ont une ancienneté supérieure de 3 ans par rapport aux femmes.

Recrutement et promotion
- 25,9% des femmes ont été promus contre 28.7% pour les hommes.
- Les plus grands écarts sont entre :
    - Les contractuels : 16,9% de promues contre 27,5% de promus.
    - Les cadres : 18% de femmes contre 29,7% d'hommes.
- La situation est quasi égalitaire pour :
    - Exécution : 28,6% de femmes contre 27,9% d'hommes.
    - Maîtrise : 29,2% de femmes contre 29,5% d'hommes.

- 40% de femmes recrutées contre 60% d'hommes.

PREMIER FOCUS-GROUPE (GROUPE TEST DE 11 FEMMES) :

Quelques résultats :
- Les femmes préfèrent majoritairement la retraite anticipée ou sont très curieuses de ses conditions.
- Les femmes sont satisfaites et ne perçoivent pas de discriminations (non exprimé par oral ni par écrit).
- Les femmes ont manifesté un intérêt pour plus de liens au sein de l'entreprise sous diverses formes : réseau, forum, magazine, excursions, équipe de sports… Elles cherchent la convivialité. Peu ont exprimé par oral la gestion de leur quotidien. Une gestion qui leur prend du temps chaque jour.
- Elles sont exprimées sur de nombreux aspects relatifs à leur vie privée : centres aérés, garde d'enfants, congés de maternité…

Thématiques abordées (détails) :

- ***Retraite***

Nombreuses se sont exprimées suite à notre demande sur la retraite. Elles ont demandé de l'information et les conditions de passage à la retraite.

- ***Temps de travail***

Certaines ont demandé des informations sur le travail partiel, peu connaissaient l'existence de cette possibilité.

- ***Formation***

Les femmes souhaiteraient pouvoir bénéficier de congés de formation, de suivre des formations qui leur permettent d'évoluer dans l'entreprise et qui soient des formations en partenariat avec les Universités, les Ecoles, etc.

- ***Vie pro / vie privée***

Les femmes ne se sont pas exprimées sur la gestion de leur vie privée, c'est davantage au cours du débat libre que les femmes ont exprimé des besoins aidant à l'organisation de leur vie quotidienne (garde, crèche, proximité du sport…)

- ***Vie au sein de l'entreprise***

Les femmes ont cité plusieurs avantages qu'elles souhaiteraient voir exister à LYDEC.

Des propositions d'évolution :

- **RH**
  - Une hotline DRH pour poser des questions.
  - Ouvrir davantage de postes aux femmes.
  - Engager une médecin du travail.

- **Relation au Groupe SUEZ**
  - Rencontrer des femmes du Groupe, échanger des expériences.
  - Formation à SUEZ.
  - Envoyer des délégations marocaines à l'étranger.

- **Engagement et Développement Durable**
  - Pouvoir donner des cours (pendant heures de travail).
  - Faire des actions avec des associations.

- **Bien être et esprit d'équipe**
  - Disposer d'une revue ou d'un forum femmes.
  - Equipe de sport féminine.
  - Crèche, système de garde, conventions centres aérés…
  - Salle de sports ou partenariat avec des salles de sports.
  - Des excursions femmes, hommes, hommes / femmes.
  - Créer un message d'anniversaire, cadeau virtuel.
  - Cadeau de retour de congés de maternité, de fin d'années.

Commentaires :
La démarche est appréciée. Les femmes souhaitent qu'elle serve et qu'elle se pérennise.
A noter que malgré cette bonne perception de la démarche, peu de femmes sont venues comparativement au nombre de femmes invitées. (Explications à avancer : Gestion du travail quotidien a empêché de se rendre à la réunion, la non-implication de l'encadrement direct des femmes, la crainte…)

RESULTATS ENQUETE (TEST) :

La démarche anonyme a montré son importance. De nombreuses femmes ont souligné la crainte de s'exprimer ou d'être identifiée. (Explication culturelle, nouveauté de la démarche…).
Le questionnaire a été envoyé à 45 femmes et 14 questionnaires ont été retournés soit un taux de participation de 31% (un bon chiffre…) 11 questionnaires ont été remplis par le groupe, 3 ont été retournés par courrier.
Ce qui représente une enquête **très partielle** et seulement embryonnaire.
Il faut poursuivre au moyen de focus-groupe en impliquant les Directions / Chefs de service, en proposant un questionnaire uniquement quantitatif par email.

Quelques résultats sur le quantitatif :
- La demande pour plus de flexibilité est très forte.
- Les rapports avec l'encadrement sont généralement bien perçus.
- La motivation des femmes pour leur travail est manifeste.
- Le rapport à la vie personnelle est peu exprimé (neutre).

Détails :
- 72% expriment de la motivation pour leur travail.
- 63% sont plutôt satisfaites de leur supérieur.
- 86% souhaitent des horaires plus flexibles.
- 50% pensent pouvoir évoluer au sein de LYDEC.

- 43% seraient intéressées par une offre de mobilité interne.
- 78,6% veulent rester à LYDEC.
- Pour les personnes qui souhaitent rester à LYDEC, 67% veulent la retraite anticipée et 33% souhaitent une retraite normale.

Quelques résultats sur le qualitatif :
- Bonne perception du travail.
- Le travail avec les hommes est apprécié souvent préféré à celui d'avec seulement des femmes.
- Pas d'expression de discriminations, de malaise.
- La gestion de la vie de famille prend 3 h par jour en moyenne.
- La démarche fait l'unanimité : elle est encouragée.
- L'absentéisme des femmes est lié aux enfants, certaines femmes ont cité les tâches administratives.

Analyse qualitative (détails) :

Rapport au travail
Le rapport au travail est largement bien perçu. Les interrogées ont souligné la bonne ambiance de travail, la convivialité, l'organisation de LYDEC, l'aspect stimulant et enrichissant de leur travail. Une minorité a souligné l'aspect routinier de leurs tâches ou encore, les rapports hiérarchiques au sein de LYDEC.
Plusieurs ont cité le manque de confort de leurs bureaux.
La reconnaissance, le mérite récompensés sont également plusieurs fois cités comme moteur de motivation et de bien être.

RH
Plusieurs épisodes de non-suivi du dossier ont été rapportés. Un sentiment de non-assistance de son dossier a été exprimé. D'autres trouvent que le discours, les offres de mobilité cachent des réseaux, des annonces pour la forme ou des décisions déjà prises.

Rapport aux collaborateurs
Les femmes préfèrent très majoritairement travailler avec des hommes. Elles estiment pouvoir s'épanouir normalement et naturellement dans un milieu masculin.
Ce qui peut poser problème est davantage la gestion des tâches familiales. Elles sont plusieurs à énumérer l'ensemble des tâches à accomplir une fois chez elles. Ces tâches relèvent d'un rôle naturel à accomplir en tant que mères.

Evolution de carrière
Certaines expriment une volonté d'avoir davantage de responsabilités, d'accéder à des postes de manager… D'autres n'expriment aucune ambition ou volonté d'évoluer dans leur carrière. (Le critère de l'âge n'est pas révélateur !)
La plupart estime que la formation qui leur permettrait de remplir leurs ambitions est proposée à LYDEC.

Qualité de femmes
Quand on les interroge sur les qualités, les femmes axent leurs réponses sur cinq thématiques :
- la rigueur / organisation,
- la patience / service,
- l'honnêteté / intégrité,
- les qualités relationnelles,
- le dynamisme / créativité.

Les qualités des femmes (comparées à celles des hommes) se recoupent autour de la rigueur, la patience et les qualités relationnelles. La force de travail des femmes est également soulignée.

Les atouts sont également axés sur la maîtrise, la rigueur, la disponibilité. Deux citent l'ingéniosité et l'humour preuves de différenciation.

APPROCHE SYMBOLIQUE DE L'EAU ET LA FEMME

20. Les images, les imaginaires de l'eau

a. Eau et symbolique, grandes représentations

Ambivalence de la Mer

- **Le Naufragé - Louis Garneray (1783-1857)**

Eau comme droit

- **Affiche du film *Les dix Commandements***

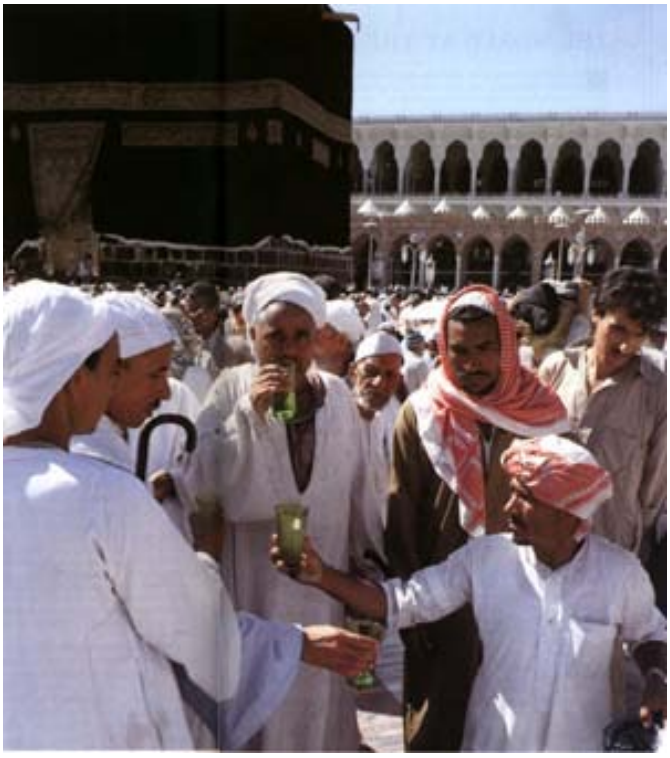
LE MONUMENT DU CINÉMA
LE FILM DE
Cecil B. DeMille
les Dix Commandements
CECIL B. DEMILLE les Dix Commandements
HESTON·BRYNNER·BAXTER·ROBINSON·DE CARLO·PAGET·DEREK
SIR CEDRIC HARDWICKE·NINA FOCH·MARTHA SCOTT·JUDITH ANDERSON·VINCENT PRICE

Eau comme civilisation

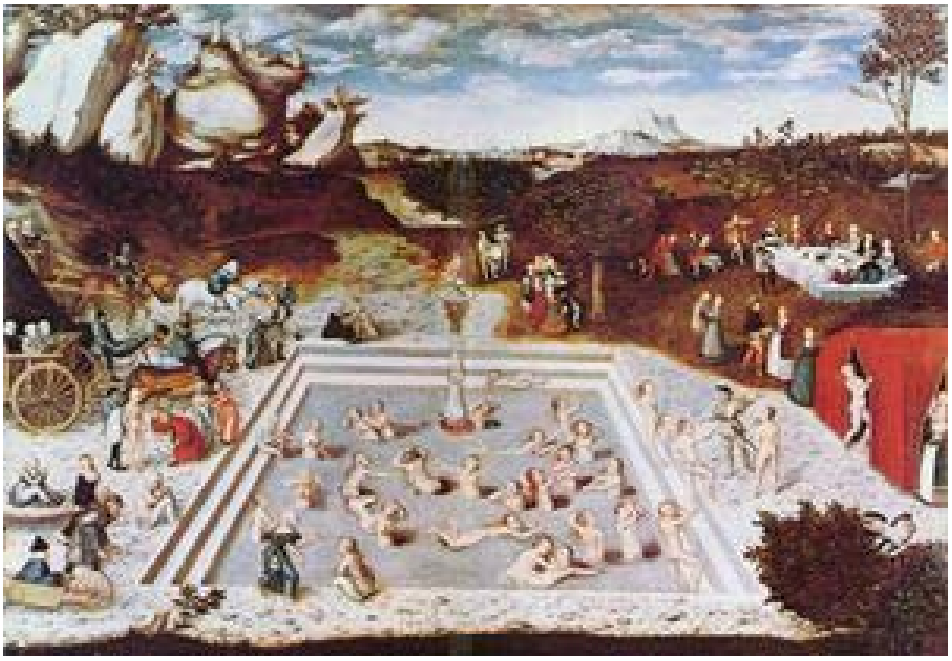
- **Architecture de l'Al-Hambra**

Eau comme rituel

- **Zam-Zam**

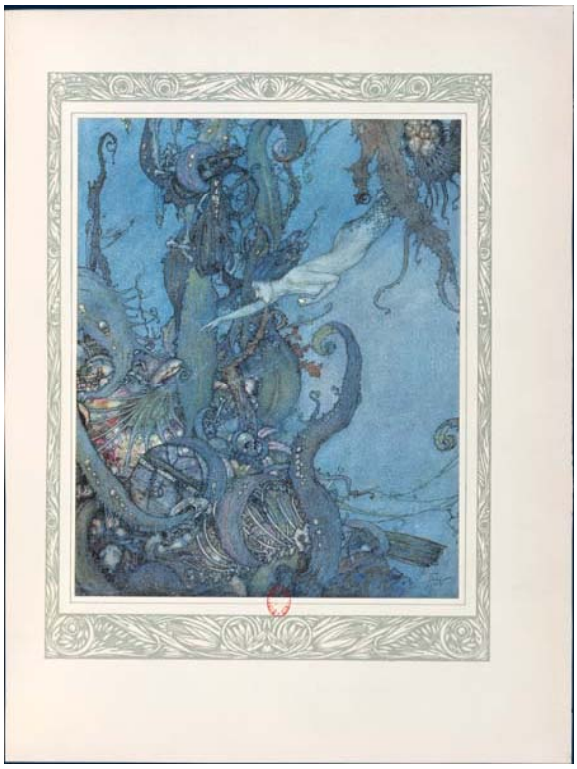


- **Source de jouvence, « source de régénération »**



Les cinq figures féminines de l'eau

- **La Sirène**

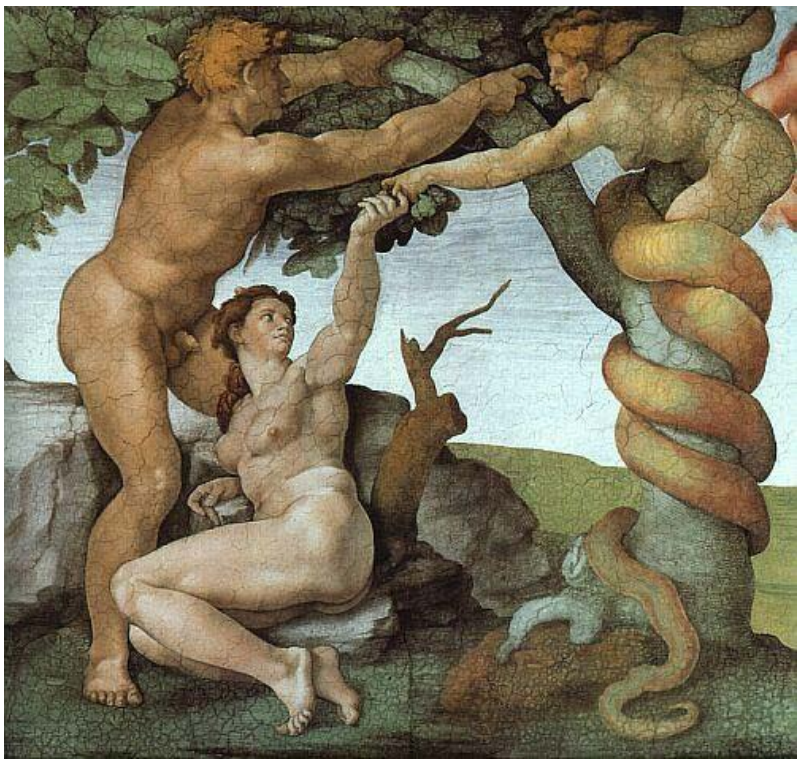


- **La Sirène de Lyonnaise des Eaux**

Judith - Caravage, 1598

- **Ophélia - John Everett Millais, 1851-1852**

- **La tentation d’Adam et Eve - Michel-Ange, 1510**



- **Les trois âges de la femme - G. Klimt, 1904**

Les divers portraits d'Ophélie représentant les traits d'une jeune femme au teint blanc

- **Henry Nelson O'Neil, Ophelia, 1874**

- **Arthur Hugues, Ophelia, 1852**

- **Richard Redgrave, Ophelia Weaving Her Garlands, 1842**

- **Eugène Delacroix, The Death of Ophelia, 1853**

- **John W. Waterhouse, Ophelia, 1889**

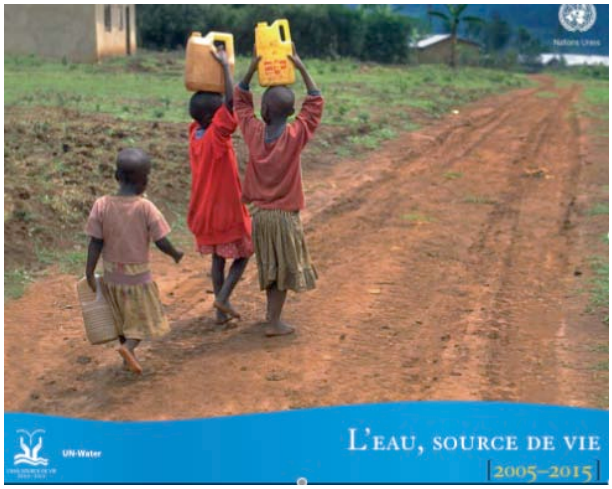
- **W.G. Simmonds, Ophelia, 1910**

Les femmes au puits

UNESCO (UN WATER et IANWGE, réseau sur genre et eau)
« Gender, water and sanitation : a policy brief », 2006

Les femmes à la rivière ou à la borne-fontaine

UNESCO – UN Water
« Water for Life », 2005



Couverture, des petites filles qui portent l'eau

De l'eau pour les femmes, premier chapitre sur cinq chapitres portant sur « eau pour la biodiversité et l'environnement », « eau pour l'alimentation, l'agriculture et les moyens d'existence en milieu rural », « eau pour l'assainissement et la santé » et « eau pour l'énergie »

Gender and Water Alliance

La femme à la fontaine, *la femme au pot*

La petite fille portant le bidon, *la corvée physique*

Les femmes au puits, *lieu de sociabilité*

La femme portant le bidon rempli, *la distance parcouru*

PSEAU

La femme à la fontaine, *l'attente*

A la borne-fontaine, *le remplissage*

SUEZ Environnement

Brochure *Eau pour tous*

Brochure Aquafed

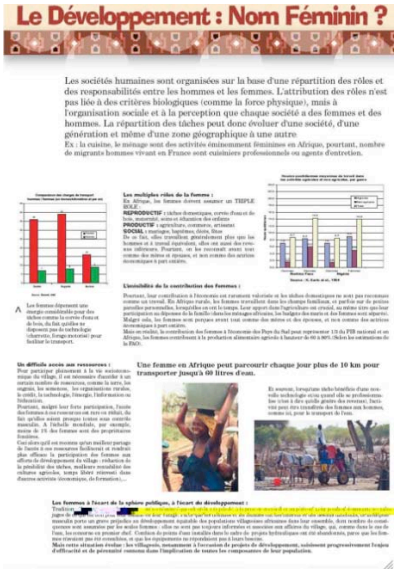
Eau de Paris

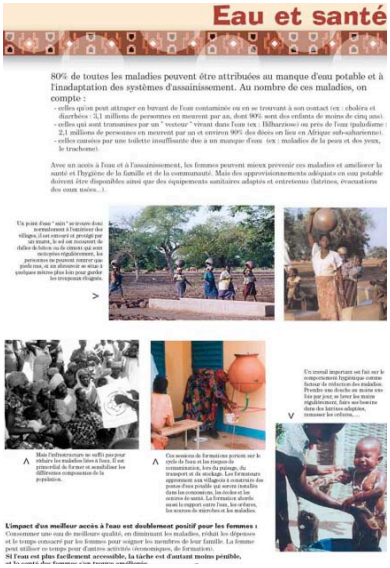
Actions de solidarité en faveur des femmes et enfants victimes du Tsunami ou bénéficiaires de programme de solidarité

EAU DE PARIS a mis à disposition ses agents à hauteur de 173 jours en 2006 et 106 jours en 2007.

Exposition Eau Vive avec Eau de Paris

La Journée d'une femme africaine
Dans les villages, les femmes ont de longues journées, de par la diversité des tâches qu'elles doivent assumer. Voici un exemple d'emploi du temps féminin en milieu rural africain.
4h00 :
Lever
4h00 - 9h00 :
Libération/alimentation (abreuvement du bétail)
Corvée d'eau, corvée de bois
Pilage/mouture de céréales
Préparation du repas
Nettoyage de la concession, lessive, vaisselle
9h00 - 12h00 :
Travail sur le champ familial
Marché pour achat et vente de produits
12h00 - 13h00 :
Repas et repos
13h00 - 16h00 :
Travail sur le champ familial
16h00 - 17h00 :
Travail sur le champ personnel (périmètre maraîcher)
17h00 - 18h00 :
Retour au village pour :
Corvée d'eau
Pilage de céréales/cuisine
Retour du bétail
Toilette des enfants
18h00 - 23h00 :
Couchage des enfants
Repas, causerie
Douche, vaisselle
23h00 :
Coucher
Comme on le voit, l'eau est au centre des activités de la journée. La durée de l'approvisionnement en eau est variable, en fonction de la distance à parcourir pour se rendre au point d'eau, et du temps d'attente une fois arrivée. Ainsi, dans certaines conditions extrêmes, la corvée d'eau peut occuper les femmes tout au long de la journée, toute même une partie de la nuit.
On imagine aisément la révolution que l'accès à un point d'eau potable proche du village peut représenter pour la vie des femmes africaines.


Le Développement : Nom Féminin ?
Les sociétés humaines sont organisées sur la base d'une répartition des rôles et des responsabilités entre les hommes et les femmes. L'attribution des rôles n'est pas liée à des critères biologiques (comme la force physique), mais à l'organisation sociale et à la perception que chaque société a des femmes et des hommes. La répartition des tâches peut donc évoluer d'une société, d'une génération et même d'une zone géographique à une autre.
Ex : la cuisine, le ménage sont des activités éminemment féminines en Afrique, pourtant, nombre de migrants hommes vivant en France sont cuisiniers professionnels ou agents d'entretien.
Les multiples rôles de la femme :
En Afrique, les femmes doivent assurer un TRIPLE RÔLE :
REPRODUCTIF : tâches domestiques, corvée d'eau et de bois, accueil, soins et éducation des enfants
PRODUCTIF : agriculture, commerce, artisanat
SOCIAL : mariage, baptêmes, rites, fêtes
De ce fait, elles travaillent généralement plus que les hommes et à travail équivalent, elles ont aussi des revenus plus faibles et ne les reçoivent jamais avec leurs maris et époux, et non contre des actions économiques à part entière.
L'invisibilité de la contribution des femmes :
Pourtant, leur contribution à l'économie est rarement valorisée et les tâches domestiques ne sont pas reconnues comme un travail. En Afrique rurale, les femmes travaillent dans les champs familiaux, et parfois sur de petites parcelles personnelles, lorsqu'elles en ont le temps. Leur apport dans l'agriculture est crucial, sa valeur très que leur participation au épenses de la famille dans les ménages africains, les budgets des maris et des femmes sont séparés. Ainsi, les femmes ne reçoivent jamais avant tout comme des mères et des épouses, et non comme des actrices économiques à part entière.
Mais en réalité, la contribution des femmes à l'économie des Pays du Sud pour représenter 1/3 du PIB national et en Afrique, les femmes contribuent à la production alimentaire agricole à hauteur de 60 à 80% (Selon les estimations de la FAO).
Un difficile accès aux ressources :
Une femme en Afrique peut parcourir chaque jour plus de 10 km pour transporter jusqu'à 60 litres d'eau.
Les femmes à l'écart de la sphère politique, à l'écart du développement :


Eau et santé
80% de toutes les maladies peuvent être attribuées au manque d'eau potable et à l'inadaptation des systèmes d'assainissement. Au nombre de ces maladies, on compte :
- celles qu'on peut attraper en buvant de l'eau contaminée ou en se trouvant à son contact (ex : choléra et diarrhées : 3,1 millions de personnes en meurent par an, dont 90% sont des enfants de moins de cinq ans).
- celles qui sont transmises par un " vecteur " vivant dans l'eau (ex : Bilharziose) ou près de l'eau (paludisme : 2,1 millions de personnes en meurent par an et environ 90% des décès en lieu en Afrique sub-saharienne).
- celles causées par une toilette insuffisante due à un manque d'eau (ex : maladies de la peau et des yeux, le trachome).
Avec un accès à l'eau et à l'assainissement, les femmes peuvent mieux prévenir ces maladies et améliorer la santé et l'hygiène de la famille et de la communauté. Mais des approvisionnements adéquats en eau potable doivent être disponibles ainsi que des équipements sanitaires adaptés et entretenus (latrines, évacuations des eaux usées...).
L'impact d'un meilleur accès à l'eau est doublement positif pour les femmes :
Consommer une eau de meilleure qualité, en diminuant les maladies, réduit les dépenses et le temps consacré par les femmes pour soigner les membres de leur famille. La femme peut utiliser ce temps pour d'autres activités (économiques, de formation).
Si l'eau est plus facilement accessible, la tâche est d'autant moins pénible,

22. RESULTATS D'ENTRETIENS : QUEL LIEN ENTRE EAU ET FEMMES ?

Résultats total

Image	Réponses	Pourcentage
I1. Gestionnaire et sphère domestique	10	29.5%
I2. Porteur d'eau, femme au puits, corvée	13	38.2%
I3. La vie	4	11.8%
I4. Relation mère - maternité	2	5.9%
I5. Responsabilité – Dialogue - Décision	1	2.9%
I6. Relation Hygiène – propreté	2	5.9%
I7. Impacts perçus (éducation, santé)	1	2.9%
I8. Aucune image, aucun lien direct	1	2.9%
Total	34	100%

Résultats par sexe

	Femme		Homme	
I1. Gestionnaire et sphère domestique	4	22,2%	6	37.5%
I2. Porteur d'eau, femme au puits, corvée	7	38,9%	6	37.5%
I3. La vie	2	11.2%	2	12.5%
I4. Relation mère - maternité	2	11.2%	0	0%
I5. Responsabilité – Dialogue - Décision	1	5.5%	0	0%
I6. Relation Hygiène – propreté	1	5.5%	1	6.25%
I7. Impacts perçus (éducation, santé)	1	5.5%	0	0%
I8. Aucune image, aucun lien direct	0	0%	1	6.25%
Total	18	100%	16	100%

Extraits de réponses pour les hommes

1. Habib Chabadi

Les femmes que l'on rencontre dans les communes rurales. Celles qui s'occupent de l'eau et qui doivent la porter sur plusieurs kilomètres. Pour moi, **l'eau et la femme, c'est la corvée (I2)** et la nécessité de raccorder les communes rurales à l'eau pour faciliter la vie de ces femmes et de leurs petites filles.

2. Denis Désille :

La femme a une vision particulière du développement en général, elle a un potentiel de destruction plus faible, elles gèrent mieux, elles ont davantage conscience de ce qu'elles pourraient perdre car ce sont **elles qui gèrent l'eau dans le foyer parfois pour la communauté (I1).**

3. Stéphane Quéré :

Sur la problématique de l'eau, tout ce qui est dans certaines civilisations, ce sont souvent les femmes qui s'occupent de ça. Pour tout ce qui est apport **des biens au quotidien, ce sont souvent elles, les femmes dans certaines sociétés traditionnelles (I1).** Ce n'est pas le cas en France.

4. Alain Mathys :

Pour moi, parler de « eau et femme », c'est parler de la **gestion de l'eau au quotidien, celle du foyer(I1).** (…) **Ce sont des femmes qui vont chercher l'eau aux bornes-fontaines (I2)**, si on pose la question aux femmes, elles disent oui c'est important pour collecter. Si on demande aux hommes, ils l'ont déjà à domicile puisqu'ils n'ont pas à aller la chercher, ça change pas grand chose.

5. Mathieu Lecorre :

Les femmes fonctionnent au cœur de l'univers domestique. Elles sont les responsables de l'approvisionnement en eau du foyer (I1). C'est de fait très important de le prendre en compte. Dans le cadre de nos activités, nous apportons l'eau à un territoire, on peut éventuellement intervenir dans le domaine du conseil, avoir un rôle dans l'évolution des mentalités. Dans ce cas là, c'est important d'avoir des animateurs et des animatrices.

6. Jacques Labre :

Le facteur individuel est plus important dans ce cas-là. Il n'y a pas de compétences particulières selon moi, mais **la femme est directement concernée par l'assainissement et l'eau dans le foyer (I1).** Ce n'est pas la problématique centrale dans une entreprise, mais des parties de l'activité de l'entreprise sont concernées notamment les projets menés par Alain Mathys. Sur ce sujet, il ne faut pas tirer de conclusions hâtives. La relation féminine entre eau et la femme est vrai en termes poétiques, mais sinon, il y a un vrai risques de tomber dans un discours tarte à la crème.

7. Dominique Pin :

wDans la pratique, il y a des comportements différents. On ne peut pas tirer des conclusions globales sur ce sujet. On peut néanmoins noter que les prises de parole sont plus féminines. **Pourquoi ? La réflexion n'est pas aboutie, mais prenez l'exemple de Danielle Mitterrand, il y a un combat pour la vie qui est basé sur des moteurs conscients et inconscients (I3).** Evidemment, le discours est très politique, mais cette prise de position féminine est tournée vers l'eau… Il y a un rapport à l'usage, un rapport d'usager qui suppose un lien indirect entre les femmes et l'eau.

8. Daniel Villessot :

Dans les PED, c'est une base commune, c'est une réalité terrible car il y a un lien très étroit **entre femme et eau car il est essentiel à la vie (I3).** Il faut avoir des actions pour que les femmes n'aillent pas chercher de l'eau n'importe où. Il y a beaucoup d'éducation à faire. C'est très lié dans les Pays en voie de développement. C'est une question essentielle.

9. Dominique Ogeron :

C’est la femme et à fortiori la mère de famille qui a besoin d’être rassurée sur l’eau qu’elle donne à son enfant notamment au biberon, c’est le côté santé qui ressort davantage que **l’aspect eau et hygiène (I6)**.

10. Dominique Sevestre :

C’est une problématique **de foyer (I1)**, de cellule de base où l’eau joue un rôle révélateur essentiel.

11. Jean-Luc Dezoomer :

Il faut noter que ce sont les femmes qui vont voir l’assistante sociale en cas de problèmes, rarement les hommes pour des questions de société et parce qu’elles sont les premières concernées **par le foyer (I1)**.

12. Laurent GUILLAUME :

Celui de la maternité, les femmes portent les enfants, elles vont davantage porter les valeurs du DD que les hommes. **Par contre, je ne vois pas de lien direct entre eau et femme (I8).** Je dirai que les femmes portent plus les valeurs de préservation de la ressource, de santé et d’esthétisme.

13. Tahar AGAL :

Au Maroc, la femme joue un rôle très important dans le foyer c’est évident… En parler, d’une certaine façon, c’est remettre en question ce rôle, la représentation que les hommes, la société porte sur ce respect qu’on leur doit. Après, pour l’eau et la femme en particulier, je viens du milieu rural, donc pour moi, c’est la petite fille qui doit aller chercher l’eau et parcourir des kilomètres. **L’eau et la femme, c’est la corvée de l’eau (I2).**

14. Abdelatif Abderazak :

Pour moi, c’est la corvée de l’eau (I2). C’est la petite fille qui doit aller chercher l’eau. Ce sont les femmes qui attendent. C’est la maîtresse de maison qui décide du bain, de la lessive ou de l’eau pour la nourriture. C’est une vraie tâche qui est difficile à supporter pour moi. L’arrivée du service montre tous les changements provoqués pour leur vie au quotidien.

15. Abdelmajid Hilal :

L’eau et la femme ? Pour moi, je dirai que c’est **la gestion de l’eau pour la famille. La femme est s’occupe de l’eau pour son foyer (I1)**. C’est devoir aller cherche l’eau, la stocker, compter les réserves… C’est une fatigue aussi. Porter l’eau, c’est difficile. Il faut voir ces femmes et même les petites filles qui portent l’eau. Oui pour l’eau avec la femme, c’est gérer une ressource qui est rare.

16. Morad Belmine :

Les femmes, **elles gèrent l’eau pour la maison (I2).** Elles doivent la chercher, la stocker. Quand on va dans les douars, ce sont souvent elles avec qui on parle en premier.

Extraits de réponses pour les femmes

1. Anne Le Strat :

Parce qu'en fait, ce sont les femmes qui sont les premières actrices de tout ce qui attrait à l'eau parce que c'est elles qui vont au puits, elles qui cuisinent… Elles et les fillettes. Ce sont les premières actrices. (…) **Cela m'ennuie car justement, cela n'est pas lié d'une manière ou d'une autre, de manière consciente ou inconsciente à notre fonction de reproduction et d'attachement à la vie qui fait qu'on est peut-être plus sensible, ça m'ennuie de le reconnaître mais je pense que c'est vrai, je pense que c'est comme même un peu vrai (I3)** . Même si je pense que c'est très politique et que je me considère comme une femme, quelqu'un de politique et d'engagé. C'est tout de même, le premier élément vital. On peut ne pas manger mais on ne peut pas, ne pas boire. C'est tout bête mais on est constitué essentiellement d'eau. Qu'on le veuille ou non, c'est rattaché aux notions de vie, de vitalité, de développement…

2. Asma El Kasmi :

La petite fille, les femmes rurales qui **doivent aller chercher l'eau (I2)…** Celles pour qui on essaie de faire progresser l'accès à l'eau et les mentalités.

3. Delphine Boulogne :

Ce sont elles qui viennent nous voir. C'est vrai que si on ne le dit pas, on ne va pas y penser… Mais une fois qu'on le pointe, ça nous paraît naturel pour nous. Ce sont les femmes qui viennent, ce sont les femmes qui font les démarches, **c'est elles qui ouvrent le dialogue (I5).**

4. Thérèse Caullier :

Nous ne travaillons pas directement avec des associations de femmes, c'est vrai que par rapport à l'eau nous n'avons pas approfondi cette thématique qui semble pourtant naturelle. Ce sont les femmes qui **gèrent l'eau à la maison (I1)** et je pense que nous devrions développer cet aspect là. La question du genre ressort de la réalité, l'eau c'est une affaire de femmes.

5. Olivia Dabbous :

Elles sont les usagères, il faut qu'elles soient considérées comme **des gestionnaires (I1).** Dans le concret, on voit le poids de la culture, le poids de la tradition… Dans n'importe quel projet, cette question des femmes interrogent le politique, la répartition des pouvoirs…

6. Pascale Geigner :

En fait, la place des femmes est surtout visible quand on parle **d'éducation, de scolarité et de santé (I7)**.

7. Najat Zirari :

Je ne connais pas le domaine. Je fais un constat néanmoins, 50% de la population est rurale, 25 % sont des **femmes qui doivent supporter la corvée d'eau (I2).** Les femmes et les petites filles doivent faire des kilomètres pour aller chercher l'eau, elles ne leur accordent pas la même place… A mon sens, on ne peut pas parler d'environnement et de protection des ressources sans parler de l'approche genre, de la place de la femme et de la petite fille dans ce processus.

8. Najat Mjid :

C'est celui de la **corvée d'eau (I2)** et de l'hygiène.

(…) **L'eau est liée à la pureté, à l'hygiène (I5).** Elle est au centre de la religion et de la civilisation.

9. Elizabeth Jaskulké :

Souvent la référence est religieuse, **le puits de Marthes (I2). C'est ancré en termes d'imaginaire et sociologique que la femme porte l'eau.** C'est comme Perrette et le pot au lait, la femme elle porte, elle imagine et poum, ça ne marche pas.

10. Michèle Meyzie :

L'expérience de terrain a montré que ce sont elles qui font bouger les autres, qui font bouger les choses. (…) Il y a un lien clair entre **eau et hygiène (I6)**. L'hygiène garantit une bonne santé, la protection de l'environnement.

11. Malia Belkacem :

Nous avions créé le concept d'ambassadeur parce qu'en fait, plutôt que de parler de la place de la femme dans l'eau, j'aime bien le concept qu'il faut que homme et femme travaillent ensemble. Car on a des visions très différentes. **Souvent, ce sont les hommes qui négocient l'installation de bornes fontaines et ce sont les femmes qui savent où la BF doit être (I2).**

12. Frédérique Raoult :

Dans les PED, **la femme est au centre du foyer (I1)**. Dans ces pays, elles s'occupent de la corvée d'eau, ce qui est souvent un temps en moins pour l'éducation.

13. Lisette Provencher :

Alors pour l'eau, **je pense que oui forcément parce que c'est vraiment elles qui en sont vraiment responsables pour le foyer (I1).** Ce sont elles qui vont envoyer les enfants pour aller chercher l'eau et ce ne sont pas les hommes qui vont s'en occuper. Pour eux, il y a l'eau courante à la maison puisqu'elle est apportée par les femmes donc c'est sur que pour eux, la vision d'un homme ou de la femme en Afrique de l'eau n'est pas du tout la même.

14. Hélène Valade :

Le lien, il est historique, il est culturel. **C'est le liquide amniotique (I4).** C'est toute cette thématique là. Evidemment l'eau est élément féminin et c'est étonnant de voir que dans ce pays, l'eau est vendue par des hommes. Comment ça se fait ?

15. Valérie Tordeur :

Le budget d'un bébé coûte très cher à une mère, le but de la mère est d'offrir le meilleur à son enfant surtout dans le cadre d'une vie actif, la mère compense en achetant de l'eau en bouteille à ses enfants, le produit à une valeur ajoutée. Ce type de comportement est de l'ordre irrationnel, il coûte plus cher mais le packaging offre un aspect rassurant qui conforte la mère dans son choix de donner le meilleur. Nombre de mamans cuisinent avec de l'eau en bouteille… Pourquoi la cuisine ? **Encore une relation à l'enfant, à la fonction nourricière de la mère (I4) :** on donne tout ce qu'on ne peut pas donner à l'enfant par nous-même.

16. Bouchra Ghiati

Ce sont les femmes qui attendent à la Borne Fontaine que l'on voit faire la queue dans les quartiers non raccordés de Casablanca (I2). Ce sont les femmes dans les zones rurales qui doivent aller chercher l'eau pendant des kilomètres. Ce sont les petites filles qui ne vont pas à l'école pour assurer l'approvisionnement de l'eau de la famille. C'est la corvée d'eau pour moi l'eau et la femme.

17. Ingrid Pechell :

Je dirai qu'il y a un **lien issu de la réalité. Les femmes doivent gérer l'eau pour le foyer (I2).** Après, pour moi, c'est une question de sensibilité, de parcours, de personnalité… On ne peut pas faire de généralités. Les femmes sont des moteurs pour nous dans les communautés mais selon leur niveau d'éducation, elles vont plus ou moins percevoir les impacts de l'arrivée de l'eau, les liens avec la santé… Ce qui est certain, c'est qu'elles comprennent vite que l'eau va changer leur quotidien… Ce qui explique pourquoi elles s'impliquent rapidement.

18. Mina Kirchi :

Les femmes ressentent **la fatigue de l'eau.** Souvent elles savent que l'eau est sale. Elles doivent se déplacer d'un point d'eau à un autre. **Pour elles, pour nous, l'eau c'est la vie qui a une forte signification symbolique (I3).**

23. RESULTATS D'ENTRETIENS : LES VALEURS LIEES A EAU, FEMME ET DEVELOPPEMENT DURABLE

Sur le rôle de la femme dans le DD

22. Notez de 1 à 5 selon que vous êtes pas ou tout à fait d'accord avec les affirmations suivantes. (1 = pas d'accord, 2 = peu d'accord, 3 = moyennement d'accord, 4 = d'accord, 5 = tout à fait d'accord)

	0	1	2	3	4	5
1. La femme joue un rôle essentiel dans la gestion locale de l'eau dans les pays en TM					3 *27.3%*	8 *72.8%*
2. La femme a une vision plus pragmatique que l'homme du DD	1 *9.05%*		1 *9.05%*	3 *27.3%*	3 *27.3%*	3 *27.3%*
3. La femme a une sensibilité plus affirmée que l'homme à la protection des ressources		1 *9.05%*	1 *9.05%*	3 *27.3%*	2 *18.2%*	4 *36.4%*
4. Le succès de la gouvernance de l'eau passe par un rôle plus affirmé des femmes			1 *9.1%*	1 *9.1%*	7 *63.6%*	2 *18.2%*
5. L'approche genre est une forme de discours féministe (militant)	11					
6. La femme joue un rôle essentiel de transmission des valeurs			1 *9.1%*		3 *27.3%*	7 *63.6%*

Homme (5)

	0	1	2	3	4	5
1. La femme joue un rôle essentiel dans la gestion locale de l'eau dans les pays en TM					1 *20%*	4 *80%*
2. La femme a une vision plus pragmatique que l'homme du DD	1 *20%*		1 *20%*	2 *40%*	2 *40%*	
3. La femme a une sensibilité plus affirmée que l'homme à la protection des ressources				1 *20%*	1 *20%*	3 *60%*
4. Le succès de la gouvernance de l'eau passe par un rôle plus affirmé des femmes				1 *20%*	4 *80%*	
5. L'approche genre est une forme de discours féministe (militant)	5					
6. La femme joue un rôle essentiel de transmission des valeurs			1 *20%*		2 *40%*	2 *40%*

Femme (6)

	0	1	2	3	4	5
1. La femme joue un rôle essentiel dans la gestion locale de l'eau dans les pays en TM					2 *33,35%*	4 *66,65%*
2. La femme a une vision plus pragmatique que l'homme du DD				2 *33,35%*	1 *16,65%*	3 *50%*
3. La femme a une sensibilité plus affirmée que l'homme à la protection des ressources		1 *16,65%*		3 *50%*	1 *16,65%*	1 *16,65%*
4. Le succès de la gouvernance de l'eau passe par un rôle plus affirmé des femmes					4 *66,65%*	2 *33,35%*
5. L'approche genre est une forme de discours féministe (militant)	6					
6. La femme joue un rôle essentiel de transmission des valeurs					1 *16,6%*	5 *83,4%*

Femme (6)

	0	1	2	3	4	5
1. La femme joue un rôle essentiel dans la gestion locale de l'eau dans les pays en TM					3 *27.3%*	8 *72.8%*
2. La femme a une vision plus pragmatique que l'homme du DD	1 *9.05%*		1 *9.05%*	3 *27.3%*	3 *27.3%*	3 *27.3%*
3. La femme a une sensibilité plus affirmée que l'homme à la protection des ressources		1 *9.05%*	1 *9.05%*	3 *27.3%*	2 *18.2%*	4 *36.4%*
4. Le succès de la gouvernance de l'eau passe par un rôle plus affirmé des femmes			1 *9.1%*	1 *9.1%*	7 *63.6%*	2 *18.2%*
5. L'approche genre est une forme de discours féministe (militant)	11					
6. La femme joue un rôle essentiel de transmission des valeurs			1 *9.1%*		3 *27.3%*	7 *63.6%*

	0	1	2	3	4	5
1. La femme joue un rôle essentiel dans la gestion locale de l'eau dans les pays en TM					2 *33,35%*	4 *66,65%*
2. La femme a une vision plus pragmatique que l'homme du DD				2 *33,35%*	1 *16,65%*	3 *50%*
3. La femme a une sensibilité plus affirmée que l'homme à la protection des ressources		1 *16,65%*		3 *50%*	1 *16,65%*	1 *16,65%*
4. Le succès de la gouvernance de l'eau passe par un rôle plus affirmé des femmes					4 *66,65%*	2 *33,35%*
5. L'approche genre est une forme de discours féministe (militant)	6					
6. La femme joue un rôle essentiel de transmission des valeurs					1 *16,6%*	5 *83,4%*

DEUX ETUDES DE TERRAIN COMPLEMENTAIRES : LAMKENSSA ET SAINT-POL-SUR-MER

24. PRESENTATION DE SAINT-POL-SUR-MER

a. Présentation générale

Saint-Pol-sur-Mer se trouve dans le département du Nord (69), elle fait partie de la Communauté Urbaine de Dunkerque et compte 23.250 habitants. Cette région, bastion des industries sidérurgiques (surtout implantée à la Grande Synthe à proximité) et nombre industries notamment localisées à Dunkerque (raffinerie, chimie,agroalimentaire) est une région fortement touchée par le chômage. Avec plus de 15,3% chômeurs en 2000 (chiffres d'avant la crise), le taux peut atteindre 25% dans certaines tranches d'âge notamment chez les jeunes. Cette région concentre nombre de populations vivant à la limite du seuil de pauvreté ou en-dessous.

Saint Pol sur Mer

Dans le Nord-Pas-De-Calais, Lyonnaise des Eaux et sa filiale Eaux de Calais fournissent l'eau du robinet dans 75 communes et en assurent la collecte et le traitement après usage.
Produire et distribuer une eau potable de qualité, collecter puis traiter les eaux usées sont les cœurs de métiers de Lyonnaise des Eaux et Eaux de Calais. Qu'ils soient plombiers, experts ou ingénieurs, les 241 collaborateurs du Centre Régional Nord Littoral, répartis géographiquement sur 9 sites (usines, siège) , assurent la gestion de l'eau, de sa production à son retour dans le milieu naturel.
Chaque année, le Centre Régional Nord Littoral sensibilise plus de 5000 personnes sur les messages des bienfaits de l'eau du robinet et sur l'enjeu de l'assainissement aujourd'hui. En partenariat avec les collectivités locales, l'éducation nationale, les associations environnementales, sportives et sociales, Lyonnaise des Eaux et Eaux de Calais mènent des actions pédagogiques sur le terrain (écoles, conférences, salons, visites de sites, rempoissonnement).

b. Photos de la commune de Saint-Pol-sur-Mer

25. LE PROGRAMME ACCES A L'EAU POUR TOUS

a. Aider les plus démunis à payer leur facture
(Janvier 2008)

Traitée pour devenir potable puis assainie, l'eau ne peut être gratuite. À raison d'un euro par jour, en moyenne, par ménage, elle reste peu onéreuse. Ce prix demeure malheureusement encore trop élevé pour les plus démunis. Notre responsabilité d'entreprise implique d'aider ces foyers en difficulté à accéder aux services de l'eau et de l'assainissement.

Afin de mieux connaître la situation de ces personnes et de pouvoir leur proposer des solutions personnalisées, nous travaillons en partenariat avec les services sociaux. Par le biais de conventions départementales, nous nous engageons à aider ces personnes à payer leur facture, dans le cadre du Fonds de solidarité logement.
Sur 77 départements où Lyonnaise des Eaux est présente, 48 conventions sont en vigueur et une vingtaine, en cours de négociation.

Plusieurs textes législatifs et réglementaires ont pris en compte les difficultés de paiement des populations défavorisées et le droit même d'accès à l'eau, consacré par la loi sur l'eau de 2006. En tant que délégataire de service public, Lyonnaise des Eaux a développé une politique spécifique en faveur des personnes en difficulté financière qui va au-delà des obligations légales. À travers la mise en place d'un service client adapté et d'un suivi personnalisé, l'objectif est de garantir l'accès à l'eau sans compromettre l'équilibre du service et d'éviter une dégradation du taux de recouvrement.

La participation aux fonds de solidarité logement
Lyonnaise des Eaux prend en charge les factures d'eau des plus démunis dans le cadre du Fonds Solidarité Logement (FSL) défini par la loi. Aujourd'hui Lyonnaise des Eaux est partie prenante de 48 conventions. Ces conventions, signées avec le Conseil Général, définissent le montant et les modalités du concours financier du délégataire de service d'eau. Celui-ci effectue une remise de dette sur la partie de la facture qu'il perçoit et abandonne les éventuels frais de fermeture et de réouverture du branchement, ainsi que les frais de dossier.

L'accompagnement des clients en difficulté
Simplifier les démarches et rechercher avec les clients des solutions adaptées constitue autant de moyens pour éviter les situations d'impayés. Les agents du service clientèle ainsi que les télé-conseillers sont habilités à négocier des facilités de paiement et à informer les clients des dispositifs d'aide sociale auxquels ils peuvent faire appel : dispositifs et organismes d'aide sociale, modes de paiement adaptés, solutions pour une meilleure maîtrise du budget "eau".
Les Centres régionaux développent des partenariats de plus en plus ajustés aux nouvelles formes de précarité sociale : médiation sortante avec accueil en lieu "neutre" (Point Information MédiationMulti-Services) par des acteurs sociaux formés aux procédures de l'entreprise.

Le travail étroit avec les acteurs sociaux
La concertation préalable et les échanges réguliers entre le délégataire et les acteurs sociaux permettent de distinguer les personnes susceptibles d'être prises en charge par les aides sociales. Une fois identifiées, ces personnes ne feront pas l'objet d'une procédure de relance ou d'une fermeture pour non paiement. Les interlocuteurs peuvent être la commission de surendettement si le client la saisit, le centre communal d'action sociale ou son équivalent, les associations caritatives, les travailleurs sociaux, la Caisse d'Allocations Familiales ou encore la DDASS

Le bilan Vigeo 2008
Pour l'engagement "Aider les plus démunis à payer leur facture d'eau", la note globale accordée par Vigeo est de 3+, sur une échelle allant de 1 à 4+.
En détail, cela donne :

- politique : 3
- déploiement : 4
- résultats : 3

Les points forts
- Des règles formalisées et homogènes sur tout le territoire permettant de prévenir une inégalité de traitement entre les départements
- Des managers engagés sur la prévention des coupures d'eau et la recherche de solutions pérennes
- Les Centres Régionaux développent des partenariats de plus en plus ajustés aux nouvelles formes de précarité sociale

Les points d'amélioration
- Le changement culturel qui s'opère dans le métier du recouvrement est mal traduit par l'engagement puisque Lyonnaise des Eaux va au-delà de la seule démarche de signature des conventions départementales FSL,
- Les résultats, évalués à ce jour sur le nombre de conventions signées et le nombre de personnes couvertes par ces conventions ne sont pas complètement représentatifs des efforts engagés.

Au centre régional Nord Littoral, deux agents « Solidarité Eau » de Lyonnaise des Eaux sont affectés au suivi social des clients en difficulté. Ils reçoivent les personnes individuellement pour rechercher conjointement des solutions et assurent l'interface avec les services sociaux.

Anissa Tebbal, correspondante Solidarité Eau
"Ma mission consiste à mettre en œuvre des actions de prévention et d'information pour éviter la problématique de la facture d'eau impayée. Je réponds également aux besoins d'urgence et aux demandes d'aide des clients en situation de précarité pour tenter de régulariser leur situation afin d'éviter la coupure d'eau. »

b. INITIATIVE EAU POUR TOUS AU CENTRE NORD LITTORAL
(Janvier 2007)

Le Centre Régional Nord Littoral a mis en place une démarche originale de prise en charge et de suivi des personnes en difficultés financières. Elle permet de limiter les coupures d'eau pour non paiement de facture et de traiter socialement et humainement les clients en difficultés.

La réflexion pour mieux cibler les coupures d'eau pour impayés est née de la volonté de mettre en cohérence la préoccupation des différents acteurs locaux.
Comment répondre à la volonté des élus d'inscrire l'accès à l'eau pour tous dans une politique de développement durable ? Comment répondre à des actions de lobbying menées par des associations militant contre les coupures d'eau pour impayés ? Comment préserver l'équilibre économique des services d'eau et d'assainissement et le principe d'égalité devant le service public ? Comment valoriser l'image du service public rendu par Lyonnaise des Eaux?

DEMARCHE
Deux agents « Solidarité Eau » sont affectés au suivi social de ce public spécifique. Ils reçoivent les personnes individuellement pour rechercher conjointement des solutions et assurent l'interface avec les services sociaux. Ils gèrent aussi les dossiers de surendettement et le contrôle des dossiers avant recouvrement terrain.
Chaque client en situation de coupure d'eau bénéficie d'une aide personnalisée et d'une prise en charge de ses difficultés sociales. Pour ceux qui refuseraient tout échange, la procédure de coupure d'eau peut être un moyen de restaurer un dialogue. La formation spécifique de nos agents et leurs capacités relationnelles permettent d'utiliser la démarche chez le client non comme une sanction mais comme le point de départ d'une prise en charge sociale.

L'action concertée avec les services sociaux et les associations vise à resocialiser des familles en marge de la société et à donner la priorité au traitement des difficultés sociales qui se cachent derrière un retard de paiement.
Les associations participent à l'identification des familles relevant de l'aide sociale et à l'effort de resocialisation des personnes en précarité. En particulier, elles permettent aux services sociaux de rétablir un dialogue avec des personnes qui se sont installées dans une certaine marginalité.
Sur la commune de Saint Pol sur Mer (10 000 clients) les coupures d'eau pour impayés ne dépassent plus 6 semaines pour les cas les plus compliqués. Or il s'agit de la commune présentant le plus de difficultés sociales en pourcentage sur le territoire.
Une partie de leur action rentre dans le cadre du dispositif national « Solidarité Eau ».
Initiée en 1992 à Dunkerque et pour la première fois en France, cette démarche innovante porte ses fruits aujourd'hui. Elle a permis de baisser significativement les coupures d'eau et les impayés et de générer un partenariat efficace avec les acteurs sociaux locaux.
Le Centre régional adhère au FSL (Fond solidarité Logement) depuis sa création en 2001.

BILAN / EVALUATION
L'action menée a permis de :
- Réduire le nombre de familles ou personnes en impayés

Les situations d'impayés caractérisés ont été divisées par 2 ainsi que le nombre de situations de coupures d'eau.
- Mettre en œuvre un suivi social
- Mettre en œuvre des partenariats
  avec les services sociaux
  avec les associations
- Améliorer la qualité de service
- Plus aucune coupure d'eau n'a lieu pour un client relevant de l'aide sociale
- Améliorer l'économie du service clientèle

Une solution de règlement de la dette est trouvée pour chaque client dans un délai de 6 semaines

- ***Sensibilisation du réseau associatif***

Les bénévoles des associations caritatives ainsi que des services sociaux sont sensibilisés à 4 messages clé.

Boire l'eau du robinet est :

- Economique (100 fois moins cher)

C'est le levier le plus important pour redonner du pouvoir d'achat à la population en précarité.

- Ecologique (empreinte écologique des bouteilles, lutte contre les emballages,…)
- L'eau est de qualité (qualité sanitaire en contrôles,…)

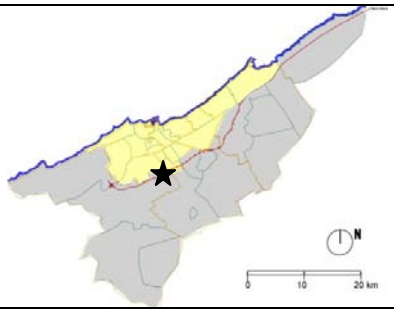
Restaurer la confiance dans l'eau du robinet, éviter la consommation d'eau en bouteille par simple crainte pour la santé. En y mêlant la notion de santé (eau / boisson sucrée)

- Pratique (rien à transporter, eau disponible)

26. LE DOUAR LAMKENSSA

Le douar Lamkenssa se trouve dans le commune de Bouskoura de Casablanca située au Sud-Ouest en périphérie de la ville (à la limite entre l'urbain et le péri-urbain délimité par l'autouroute de Nouaceur). Ce douar compte plus de

Province : Nouaceur **Commune : Bouskoura** **Délégation LYDEC : DP2**

Caractéristiques de l'opération :			
Nombre de bénéficiaires : 344 foyers (actualisé par le recensement du Département d'Accompagnement Social)			
Type Opération	☞ Accès aux services o Electricité o Eau o Assainissement	**X** **X**	
	☞ Avec Restructuration	**X**	

Etat d'avancement :		
Planification	Foncier favorable à ce jour. Site inclus dans la convention spécifique signée en 2004 par : Autorités, HAO et LYDEC. Convention d'opération non signée à ce jour.	
Etudes	Eau	Hors Site (LYDEC) : études réalisées, 618 ml projetés. In Site (LYDEC) : études réalisées.
	Assainissement eaux usées	Hors Site et In Site structurant (HAO) : études réalisées, 5440 ml projetés. In Site (LYDEC) : études réalisées.
	Assainissement eaux pluviales	Ecoulement gravitaire vers bassins de rétention.
Exécution	Eau	Hors Site : travaux réalisés (achevés mi mars 2007). In Site : travaux en cours (démarrage mi janvier 2007). Fin prévisionnelle des travaux : mi juillet 2007 (7 mois).
	Assainissement eaux usées	Hors Site et In Site structurant (HAO) : travaux réalisés et réceptionnés par LYDEC. In Site : travaux en cours (démarrage mi janvier 2006). Fin prévisionnelle des travaux : mi juillet 2007 (7 mois).
	Electricité	Zone ONE
	Eclairage public	Zone ONE
Exploitation	R.A.S.	
Accompagnement social	Recensement du Département d'Accompagnement Social réalisé (fin octobre 2006). Lamkensa 3 bloc B : 75 engagements signés récupérés : taux d'adhésion 97 %. 75 compteurs posés au 10/05/07. Lamkensa 5 bloc A : 200 engagements signés récupérés, taux d'adhésion 75 %. Pose compteurs prévue à partir du 11/07/07.	

Points nécessitant une décision
• Préalable à l'engagement du reste des ménages du bloc A : reconnaissance des autorités et autorisations de raccordement.

27. PROGRAMME INMAE

a. Méthodologie de « diagnostic social »

Diagnostic social : intégrer les habitants au projet

Objectifs :

1. Déterminer l'adhésion de la population

Valeurs :

- Proximité
- Ecoute
- Confiance
- Dialogue
- Transparence

Principe :

Elaborer une évaluation des besoins par **une approche participative** intégrant les acteurs – personnes ressources de la zone ciblée.
Il s'agit d'identifier leurs besoins, de les impliquer et de les responsabiliser dans le processus

Méthodologie :

Etape 1 : Consulter les autorités locales

Objectifs : consulter les autorités locales, établir une relation de confiance, impliquer les acteurs clé de la communauté dans le processus et obtenir de l'information sur la communauté.

1. Prendre contact avec les élus et autorités locales.
2. Présenter le projet.
3. Analyser les comportements et réactions.
4. Définir avec eux, leur place dans le processus.
5. Déterminer les personnes ressources de la communauté.
6. Entrer en contact avec les personnes ressources par leur intermédiaire ou avec leur accord.

Etape 2 : Identifier et impliquer les personnes ressources

Objectifs : au cours d'entretiens semi-directifs avec les personnes ressources, identifier leur influence auprès des habitants de la communauté ciblée.

Une personne ressource est considérée comme une personne dont l'influence et l'implication dans la communauté permettent de toucher les habitants. Quand une personne est considérée comme ressource, il est important de déterminer son degré d'implication et d'influence dans la communauté.

1. Déterminer les structures de pouvoir dans la communauté – qui sont les chefs et les faiseurs d'opinion.
2. Identifier les structures sociales de la communauté : qui parle à qui ? Pourquoi ?
3. Définir les structures civiles – type association, organisations officielles et non officielles – où se réunit la communauté et qui en sont les acteurs principaux.
4. Déterminer le rôle des personnes ressources au sein de cette communauté – leur implication et influence.
5. Développer la confiance des personnes ressources pour les impliquer dans le processus.
6. Proposer aux personnes ressources de participer spontanément, à un focus groupe.

Exemples de personnes ressources :

- Hommes : caïd (représentant de l'autorité locale et politique), maître d'école, médecin, commerçant, fker (autorité religieuse), personnes âgés (autorité traditionnelle), militant associatif/ politique etc.
- Femmes : épouses de tout hommes cité ci dessus, personnes âgées accoucheuse traditionnelle, toutes jeunes femmes s'intéressant à la vie de la communauté etc.

Le profil des personnes ressources varient selon la communauté concernée. Il est important de s'adapter au contexte local tout en gardant l'objectif de constituer un focus groupe homogène et cohérent.

Etape 3 : Organiser des focus groupe

Objectifs : définir ensemble, le **niveau des besoins** de la communauté en fonction du revenu (relatif à la pauvreté) et plus particulièrement du **niveau de service** désiré.

1. La constitution des focus groupe
    a. Constituer un groupe représentatif et homogène. Le groupe doit être cohérent. Veiller à ce que les personnes du groupe ne soient pas trop critiques ou au contraire trop consensuelles.
    b. Déterminer si le groupe peut être mixte ou doit être séparé par genre.
    c. Limiter le groupe à 10 personnes maximum (12 le cas échéant).

2. L'organisation des focus groupe (cf. organisation du focus group)
    a. Choisir un lieu et une heure qui conviennent et qui n'entravent pas le quotidien (notamment pour les groupes mixtes, les femmes ne doivent pas être gênées par une heure ou un lieu où elles ne peuvent être présentes)

3. Le déroulement du focus groupe
    a. Annoncer l'objectif de la réunion.
    b. Veiller à la répartition équitable de la prise de parole.
    c. Orienter le débat et surveiller l'heure.
    d. Une personne chargée de prendre des notes

    Détail du déroulement de la séance à élaborer.

4. Mesurer l'adhésion
    A la fin du focus groupe, établir sur une échelle simple (1 à 5 par exemple), le degré d'adhésion des personnes ressources à la proposition Lydec.

Etape 4 : Faire un bilan participatif

Objectifs : établir le bilan des rencontres et focus groupe.

1. Rédiger un rapport court et synthétique sur les débats classés par thème. (possibilité de remplir une fiche pré-établie pendant les débat)
2. En cas de refus, déterminer les sources d'obstacles et les solutions envisagées.
3. Organiser une réunion interne pour élaborer une réponse au focus groupe.

Etape 5 : Négocier pour signer

Objectifs : aboutir à un engagement et une adhésion de la communauté sur le service.

1. A l’issue du focus groupe, définir le niveau de service demandé.
2. Obtenir l’accord des personnes ressources.
3. Planifier les actions avec les personnes ressources.
4. Elaborer et planifier avec elles, la diffusion de l’information à la communauté.

Etape 6 : Diffuser vers la communauté

Objectifs : intégrer le reste de la communauté dans la mise en place du projet.

1. Organisation de réunions communautaire d’infos
2. Présentation à chaque futur usager en porte à porte.
3. Information sur le suivi des travaux et sur les pièces justificatives nécessaires.
4. Distribution de documents explicatifs.
5. Panneaux à disposition
6. Personne ressource relais avec mos/lydec

b. Méthode de sensibilisation aux bonnes pratiques liées à l'eau et à l'assainissement

Afin de garantir la pérennité des ouvrages réalisés dans le cadre des opérations Inmae, la mise en place d'actions de sensibilisation / mobilisation s'avère indispensable.

La mise en place de ces opérations auprès des clients s'orientera sur deux aspects :

- Le premier sera celui des pratiques liées à l'eau et à l'assainissement en termes d'hygiène et de santé ;
- Le deuxième sera centré sur le bon usage des réseaux et la responsabilité des clients le cas échéant.

Sur la base de l'argumentaire et des supports employés dans le cadre des actions de LYDEC dans ce domaine, nous souhaitons ajouter certaines précisions ciblées tant sur l'axe des bonnes pratiques « hygiène et santé » que sur celui de l'usage des réseaux.

Axe hygiène / santé

Postulats :

L'AEP conjuguée à un assainissement adéquat a des effets leviers sur l'hygiène et la santé.

Améliorer les conditions de vie de populations est plus qu'une question d'équipements.

Impliquer les populations demeure la seule manière d'assurer la pérennité de meilleures conditions de vie et de santé.

Objectifs des modules de sensibilisation/ mobilisation autour du triptyque « eau – assainissement - hygiène » :

1. Améliorer les connaissances, attitudes et pratiques d'hygiène au sens large dans les familles touchée par le programme Inmae.
2. Les amener à identifier les actions qu'ils peuvent faire pour « bloquer » la propagation des maladies d'origine hydrique.
3. Amener les communautés à améliorer leurs conditions de vie à travers des changements de comportements liés à l'hygiène.

Axes de sensibilisation / formation :

- « Bons et mauvais comportements » / relation entre « le sale » et la maladie.
- Education / formation « Eau – Santé – Hygiène » : Evaluer le niveau de conscience actuel sur ce triptyque et mettre en place des actions et supports ciblés pour le faire évoluer.
  - Information et sensibilisation aux facteurs de risques entraînant la diarrhée (niveau de sensibilité des parents ? Sensibiliser sur les voies de transmission des maladies hydriques / diarrhéiques).
  - Prévention de la diarrhée (garder la maison propre, laver les fruits/légumes, se laver les mains avant de préparer la nourriture, laver les ustensiles de cuisine, etc.)
  - Cycle anus-mains (se laver les mains après avoir changé les couches d'un bébé, être passé au toilettes, etc.).
  - Usage systématique de savon et d'eau chaude.
  - Sensibiliser sur les précautions et usages liés à la conservation et au stockage de l'eau.
  - Expliquer l'importance de tenir propres les points d'eau.
  - Et le lien avec l'évacuation des ordures ménagères et des eaux usées (rapport assainissement / santé).

- Encourager une action éducative et une sensibilisation à l'intention des enfants qui sont à cet égard des agents de changement des comportements (faire naître une culture de la propreté. Développer des actions dans les écoles, supports pédagogiques adaptés.).

Axe bon usage des reseaux

Postulats :

1. En qualité d'usager, le client LYDEC a des droits et des devoirs.
2. Développer l'appropriation et la responsabilisation sont les facteurs de pérennisation du projet Inmae.

Objectifs des modules de sensibilisation/ mobilisation autour du bon usage des réseaux :

1. Protéger la ressource en eau depuis son origine jusqu'à sa consommation.
2. Garantir la pérennité et la bonne exploitation des ouvrages.

Axes de sensibilisation / formation :

- Sensibilisation à l'environnement et à la ressource en eau.
- Le service de l'eau a un coût. L'eau est rare. Inviter les clients à réduire les gaspillages.
    - Ne pas laisser couler le robinet pendant le lavage des mains / dents, etc.
- Impliquer la responsabilité des usagers dans la gestion des installations.
    - Propreté des points d'eau / installations collectives (cf. fosse douar R'mel avec rhizofiltration horizontale).
    - Ne pas jeter des saletés / matières solides dans les réseaux d'eaux usées, que ce soit de manière volontaire ou involontaire. Les déchets jetés de façon inappropriée peuvent s'introduire dans les réseaux (bouches d'égouts, regards de visites, etc.) et gêner leur bon fonctionnement (à terme, provoquer des débordements, inondations).
- Définir les zones de responsabilité LYDEC / Client (avant / après compteur).
- Impliquer la responsabilité des usagers dans la réduction des fuites.
    - Zones de fuites potentielles (robinet qui goutte, chasse d'eau qui coule, lecture du compteur pour vérifier si présence de fuites, etc.),
    - Détection et réparation de fuites le cas échéant (une formation par des agents travaux pourrait anticiper la demande des populations) / Installation et maintenance de la plomberie interne.
- Informer les usagers sur les différents types d'eau et leurs propriétés / impacts sur le réseau.
    - Ne pas rejeter les eaux de pluie dans le réseau d'égout (expliquer l'approche réseau unitaire/réseau séparatif).
    - Ne pas se connecter au réseau pluvial (quand il existe).
    - Ce que l'on ne jette pas dans les toilettes, (objets, couches culottes,…)

c. ENQUETE DE SATISFACTION BLOC 1 et B LAMKENSSA 5

Date : …/ 01 / 2008

N° du questionnaire : …….

L'enquêté : 1/ Chef de ménage….. **2/** Femme au foyer **:**…….. **3/** Fils ou fille ……..

Adresse du ménage : N°……..Rue : ……

Bloc :……..Lemkanssa : ……

Typologie de l'habitat : ……

Niveau : ……..

Enquêteur : ……

Bonjour, je suis agent Lydec
Suite à l'équipement de votre quartier en eau et en assainissement, nous aimerions vous poser quelques questions sur les changements depuis l'arrivée des services.
Nous aborderons des questions liés à votre quotidien avant et après l'arrivée des services. Nous vous demanderons également si vous êtes satisfait du service et dans quelles mesures.
Ces réponses sont anonymes mais vous êtes libre de pas souhaitez y répondre.

I. Avant l'arrivée du service

1. Avant l'arrivée du service à domicile, Quel était votre mode d'approvisionnement en eau ?

1. BF gratuite 3. Vendeur d'eau…….
2. BF payante 4. Puit……..

2. Quelle était votre dépense mensuelle pour l'eau ?
……..……

1. aucune 3. de 20 à 50 Dirhams 5. Plus de 100 Dirhams : Préciser : ……
2. de 1 à 20 Dirhams…….4. de 50 à 100 Dirhams……

3 : A quelle distance se trouve le point d'eau ?

1. Moins de 50 m 3. De 100 à 200 m 5. Plus de 500 m
2. De 50 à 100 m 4. De 200 à 500 m Autres, préciser : …….

4. Quels étaient les principaux problèmes rencontrés lors de l'approvisionnement en eau ?

1. Le temps passé à faire la queue 2. Les conflits entre personnes 3. les deux. 4. autres préciser

II .Après l'arrivée du service, aspect financier

5. Quel est le montant habituel de la facture de consommation?

1. moins de 30 dh 2. entre 30 et 40 dh
3 entre 40 et 50 dh 4 plus de 50 dh

6. Avez vous des difficultés pour payer vos factures de consommation ?oui /non
7. Avez des traites à payer ? Oui / non
8. Avez vous des difficultés pour payer vos factures des traites ? Oui / non

8. A combien évaluer vous approximativement vos revenus mensuel

1. Moins de 500 Dh 2. De 500 à 1000 Dh 3. De 1000 à 2000 Dh 4. Plus de 2000 Dh Préciser :

9. Combien de personne(s) contribue(nt) à couvrir les dépenses du ménage ?

10. Quelle est l'activité de celui (ou ceux) qui fait (font) vivre le ménage ?

1. vendeur ambulant 2. ouvrier journalier 3. employé (avec contrat de travail) 4. fonctionnaire 5. autres

III. Après l'arrivée du service ;les changements ?

10.qu'est ce que vous apporte l'arrivée de l'eau à la maison

1. Du temps gagné 2. La corvée supprimée
3.Une eau de meilleure qualité(goût)
4. Une meilleure santé 5.autres, préciser

11.(si vous êtes une femme et si vous avez répondu « du temps gagné)), que faites vous du temps gagné?

1. passer + de tps en famille 2. tâches ménagères 3. alphabétisation/ 4. formation à un métier
5. activité professionnelle autres, préciser

12 .L'arrivée de l'eau a t elle améliorée votre santé et celle de votre famille ?

1 oui, beaucoup 2. oui, un peu 3.non, pas du tout

13. Et diriez vous que l hygiène s'est améliorée au sein du foyer ?

1 oui, beaucoup 2. oui, un peu 3.non, pas du tout

14. Avant l'arrivée de l'eau, vous ou des membres de votre famille avaient ils des problèmes de santé liés à l'eau

1.Oui, un peu 2. oui, régulièrement 3. non jamais

15.Depuis l'arrivée de l'eau, le quartier a t il changé ?

1.un peu 2 beaucoup 3. complètement

15. En quoi a t il le plus changé

1. investissement dans les constructions (étages, décorations…) 2. arrivée de nouveaux propriétaires 3. autres, préciser

16. Comment qualifieriez-vous spontanément votre quartier ?

1. Un quartier comme un autre 2. Un quartier populaire 3. Un quartier défavorisé 4. Un bidonville

21. Avez vous l'intention de déménager ? oui/ non

IV. qualité et satisfaction du service

22 . Depuis le raccordement de votre domicile y a t-il déjà eu des interruptions de service ?

1 : aucune 3 : deux fois
2 : une fois 4 : 3 fois et plus

23. Etes vous satisfait de la qualité de l'eau (goût et couleur**) ?** ……

24. Etes vous satisfait du débit ?

25. De manière général,Etes vous satisfait du service

1.très satisfait 2. satisfait 3.peu satisfait 4.pas satisfait du tout

26.Pensez vous que le montant de votre facture est acceptable ?

1.Tout à fait acceptable 2. acceptable 3. peu acceptable 4. pas du tout acceptable

d. Enquête de satisfaction Genre, Santé et Habitat insalubre

Profil :
Homme
Femme

Tranche d'âge :

Aspects de Santé

L'arrivée de l'eau a t elle améliorée votre santé et celle de votre famille ?

1. Oui, beaucoup. 2. Oui, un peu. 3. Non, pas du tout.

Depuis l'arrivée de l'eau, avez-vous eu une de ces maladies ?

1. Diarrhées.
2. Gastro-entérites.
3. Maladie de peau.
4. Autres.

Un de vos enfants a-t-il eu une de ces maladies ? Si oui, laquelle ?
……
……

Avant l'arrivée de l'eau, vous ou des membres de votre famille avaient-ils des problèmes de santé liés à l'eau ?

1. Oui, un peu. 2. Oui, régulièrement. 3. Non, jamais.

A quelle fréquence ?

1. Tous les mois. 2. Toutes les semaines. 3. Tous les jours.

Indicateurs à obtenir :
Nombre de maladies
Liste des maladies
Nombre de personnes malades / Fréquence.

Aspects d'Hygiène

Depuis l'arrivée d'eau, prenez-vous des douches…

1. Beaucoup plus souvent. 2. Plus souvent. 3. Comme avant.

Quelle fréquence ?

Avez-vous pris l'habitude de vous laver les mains plus régulièrement ? Oui / Non.

Faites-vous le ménage

Indicateurs à obtenir :
Nombre d'infrastructures supplémentaires acquises, en travaux ou projetées.
Pratiques d'hygiène : douche, lavage de main, déchets…
Propreté de la maison.

Quartier et maison

Depuis l'arrivée de l'eau, le quartier a t il changé ?

1. Un peu 2. Beaucoup 3. Complètement.

En quoi a-t-il le plus changé ?

1. Investissement dans les constructions : nouveaux étages.
2. Aspect des rues, plus propres.
3. Aspect des maisons, investissement dans de la peinture, des décorations à l'intérieur et l'extérieur.
4. L'arrivée de nouveaux propriétaires ou locataires.
5. La diminution des conflits.
6. L

Avez-vous fait des travaux dans votre maison ?
Si oui, lesquels ?
(Douche, WC, cuisine, achat de

Projetez-vous de faire des travaux dans l'avenir ?
Si oui, lesquels ?

Comment qualifieriez-vous spontanément votre quartier ?

1.. Un quartier comme un autre 2. Un quartier populaire 3. Un quartier défavorisé 4. Un bidonville

21. Avez vous l'intention de déménager ? oui/ non

Indicateurs :
Déménagement futur.
Investissement.
Prix m2.
Etage / typologie de l'habitat.

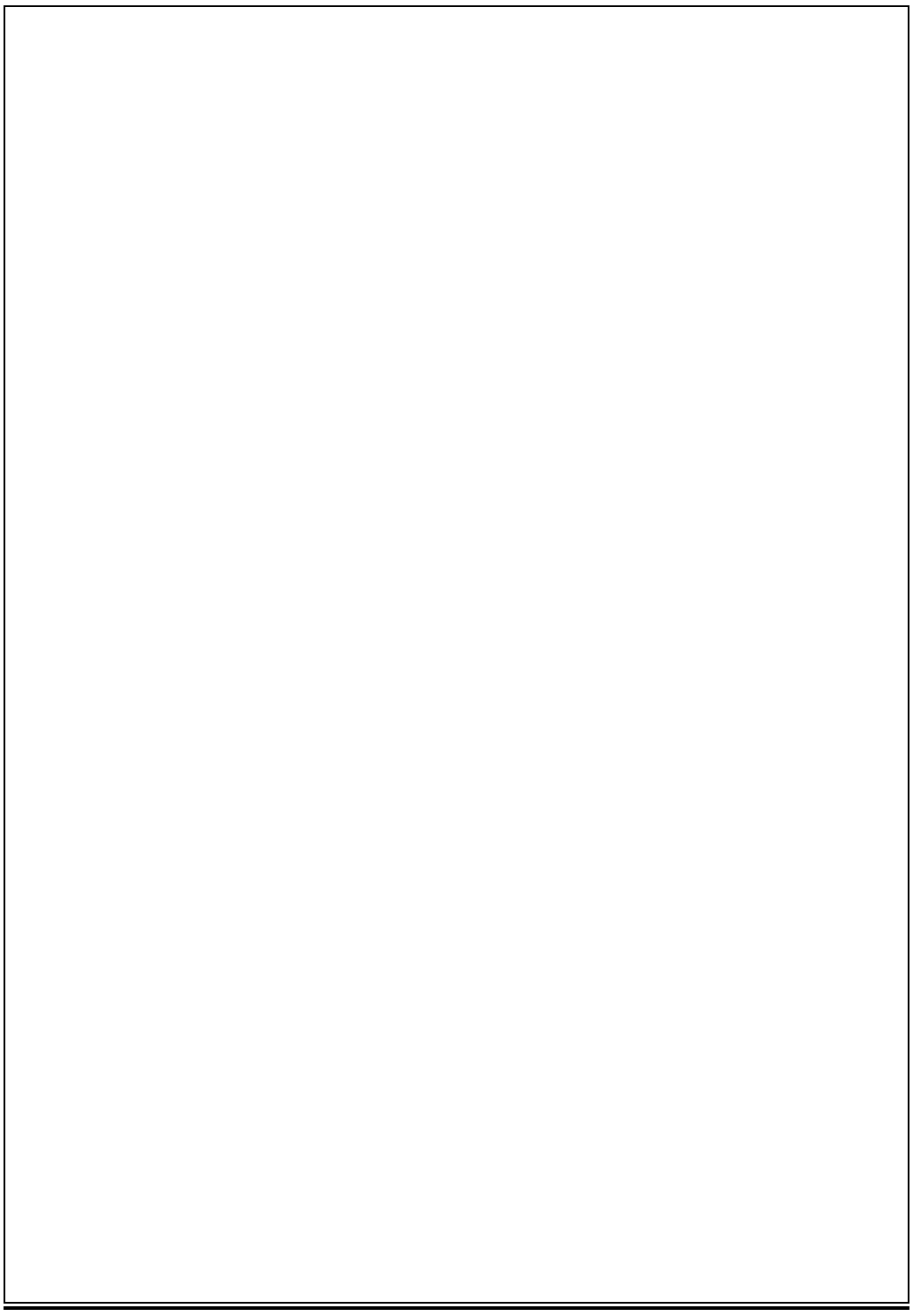
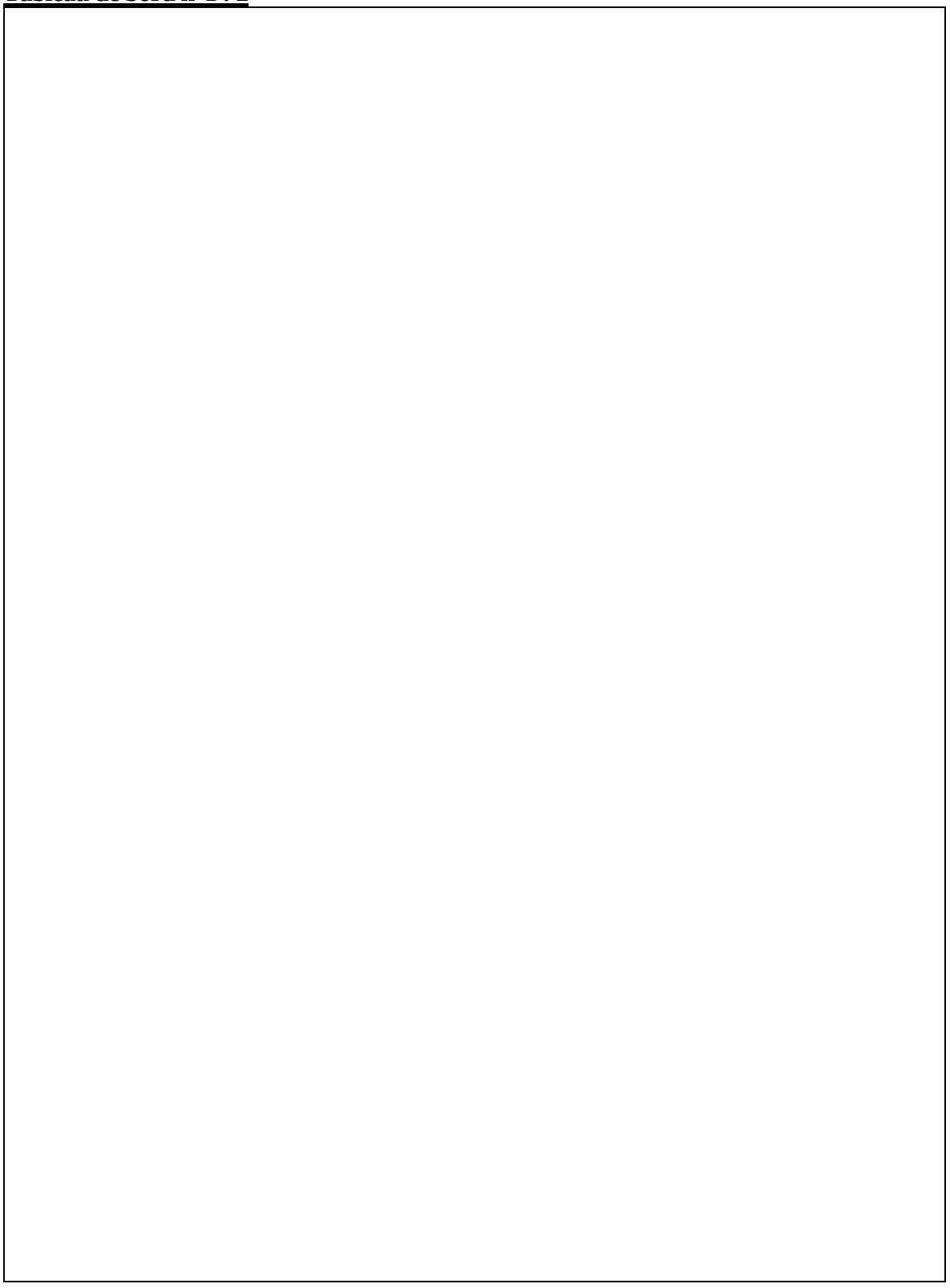


Tableau de bord n°1 : 2



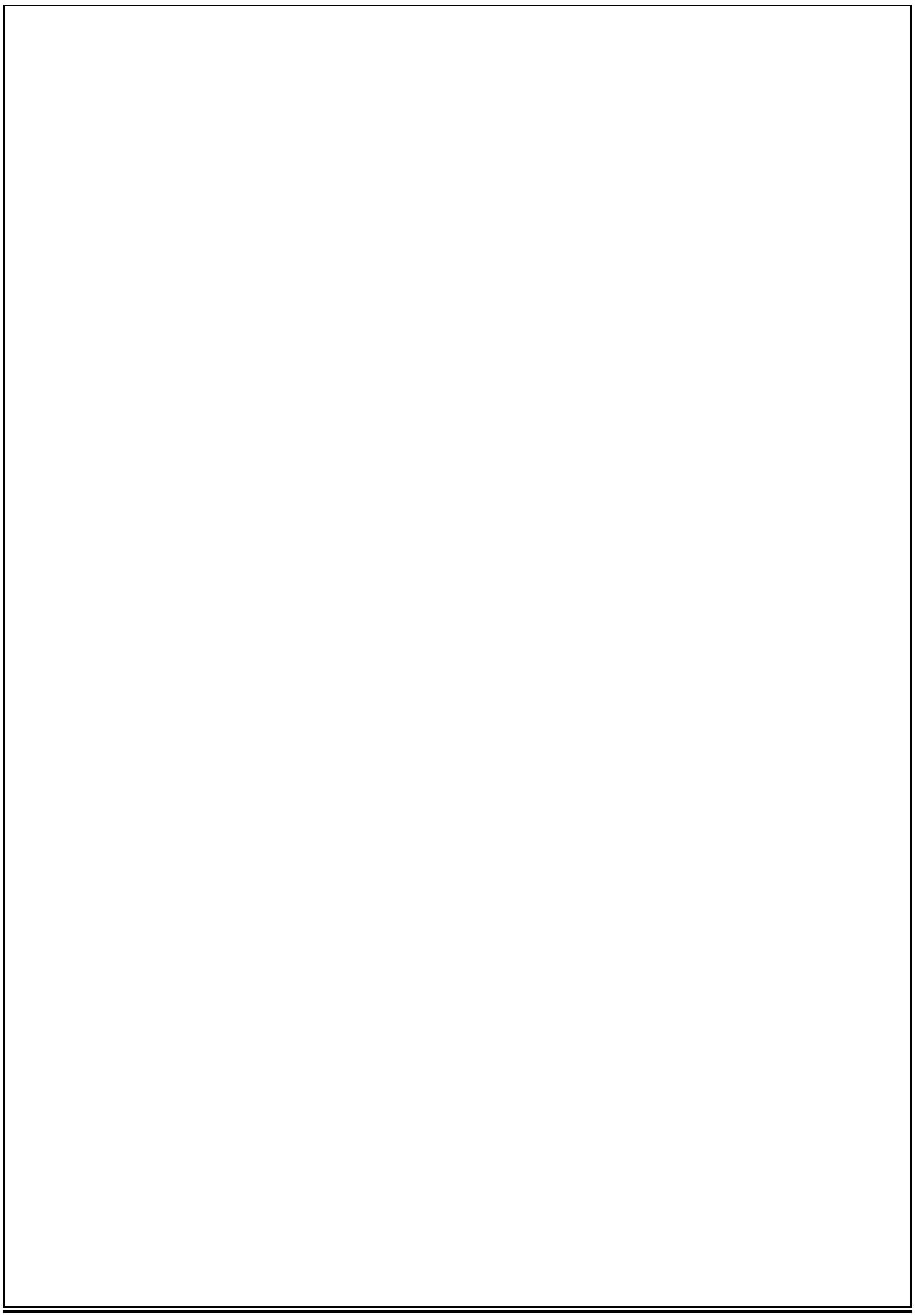


Tableau de bord n°1 : 2

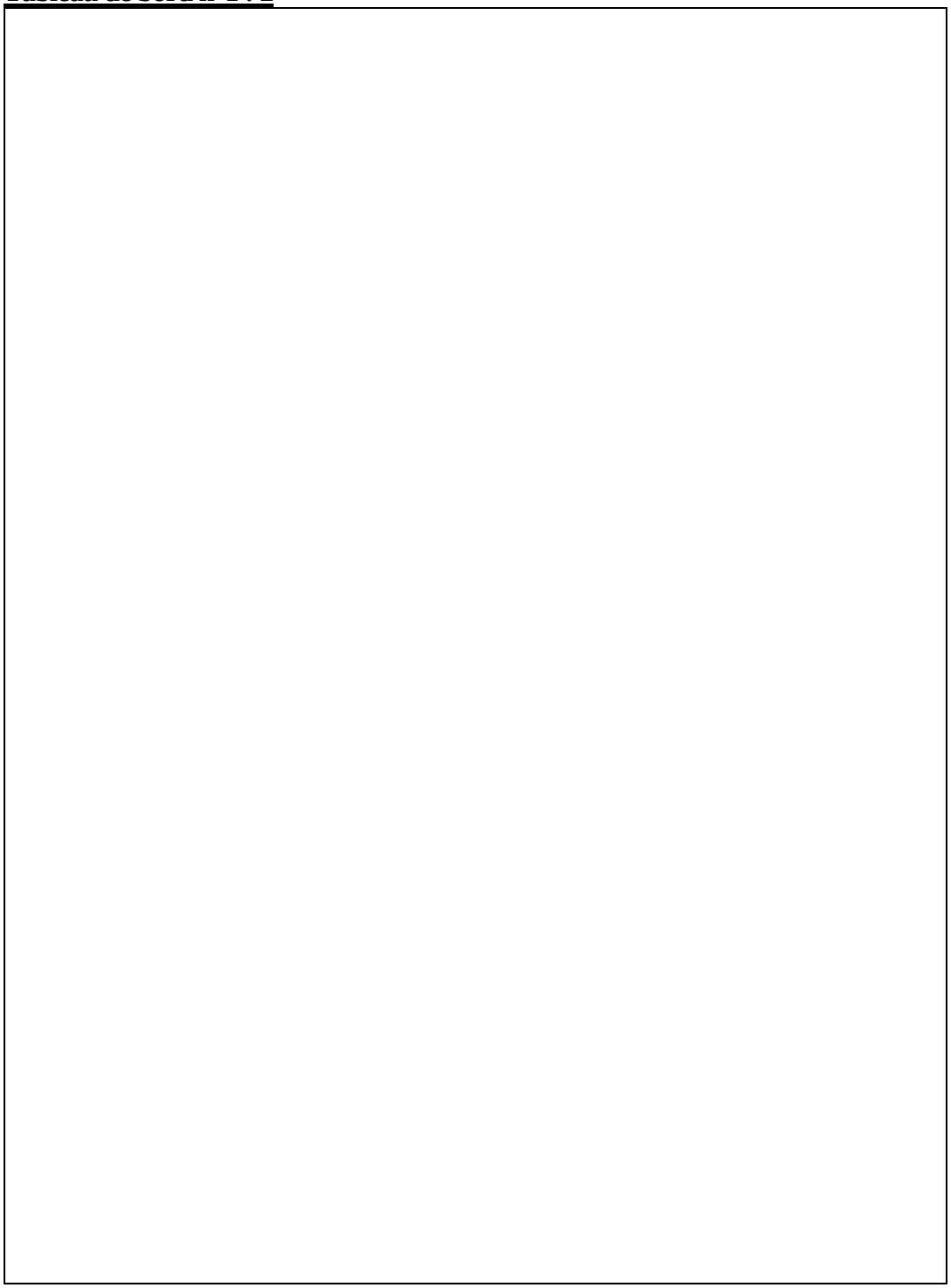
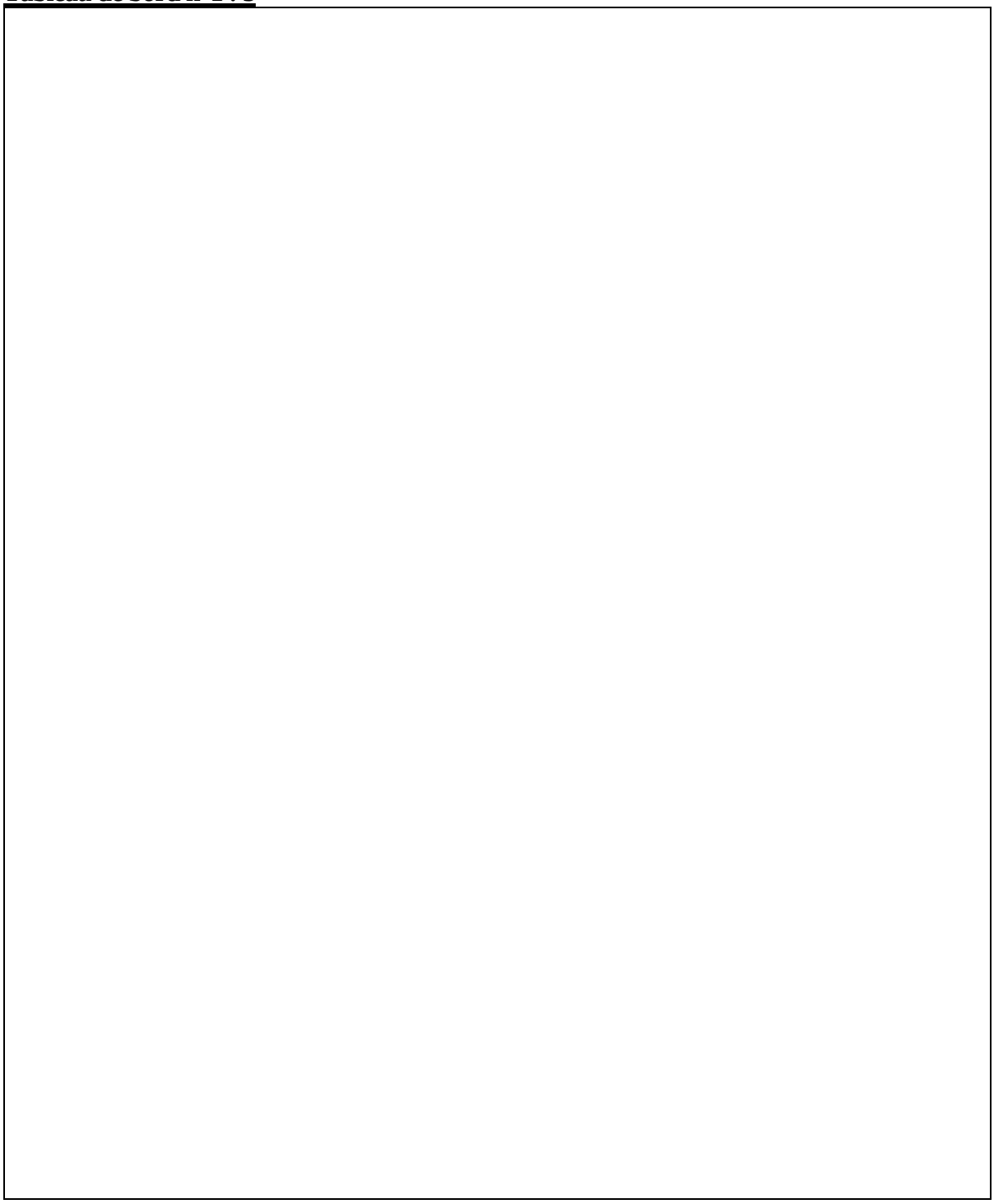


Tableau de bord n°1 : 3



e. Synthèse Enquête de satisfaction Genre, Santé et Habitat insalubre

1. La typologie

La typologie des constructions (ayant fait l'objet de l'enquête) a subi des mutations importantes. Le pourcentage des constructions de T4 est passé de 17,65% avant l'arrivée des services à 28,24%. De même pour la T3 qui a évolué de 29,41% à 35,41%.
La T2 a diminué de 47,06% pour atteindre 30,59%.

2. Consommation

100% des ménages de type T1 et T2 ont une facture inférieure à 50 DH. Seulement 14,20% des clients de typologie T3 et T4 ont une facture supérieure à 50 DH.
Avant l'arrivée des services, 90% des clients dépensaient moins de 50 DH et seulement 10% dépensaient plus de 50 DH. Après le raccordement aux services, ce taux a progressé pour atteindre 27%.
D'une manière générale le montant de la facture dépend de la typologie de la construction : plus la typologie est élevée, plus le montant de facture est élevé. Ce constat laisse à penser que la consommation est importante chez les foyers de typologie T3 et T4.

3. Impacts

✓ 85,90 % des enquêtés citent en 1er lieu le gain de temps comme impact dû à l'arrivée des services.

✓ En 2ème lieu est cité la suppression des corvées : 77,40% de typologie T1 et T2 contre seulement 35,20% du T3 et T4.
Ceci peut être expliqué par le fait que la majorité de T1 et T2 cherchent eux-mêmes l'eau à la BF, par contre la majorité des T3 et T4 achètent l'eau au revendeur qui distribue l'eau devant les portes des maisons : question de moyens.

✓ Plus de 92.90% considèrent qu'il y a des impacts positifs sur la santé depuis l'arrivée des services. 7.10% des interrogés pensent qu'il n'y a aucun changement.
Même avant l'arrivée des services, les problèmes de santé liés à l'eau sont rares. Ces problèmes sont en rapport avec le mode de conservation (bidons en plastique), durée de conservation et moyen de distribution (vendeur d'eau).
Plus des 2/3 des foyers de typologie T3 et T4 (les maisons dallées) déclarent que l'accès à l'eau a des impacts sur la santé contre 36% des foyers de typologie T1 et T2 (les maisons non dallées).
En effet, plus la typologie est élevée, plus la sensibilité aux problèmes liés à la santé est importante.

✓ 99% des interviewés établissent une relation automatique entre l'amélioration de l'hygiène et l'arrivée des services.
L'amélioration est perçue comme un changement dû à l'arrivé des services.

4. Changement du quartier

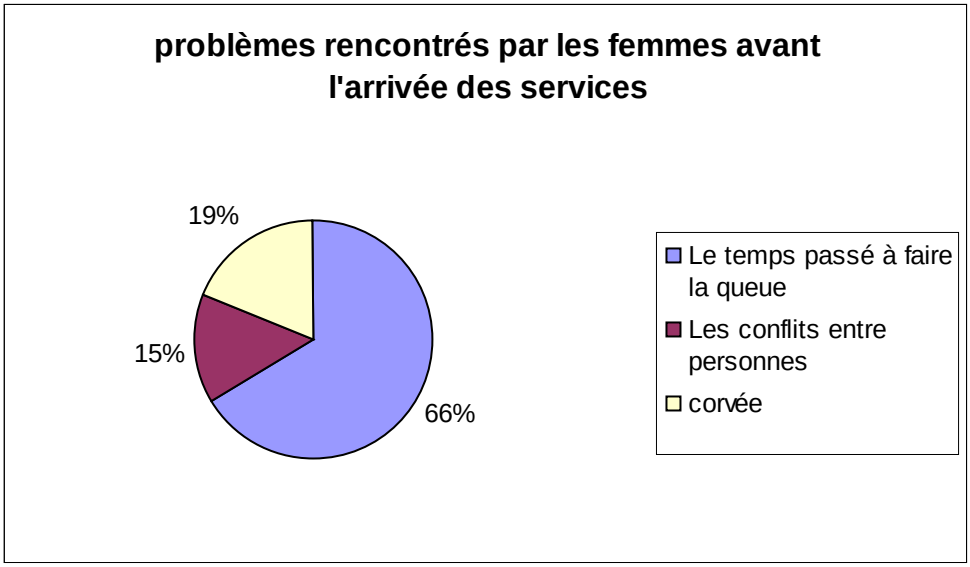
Plus de 62% des enquêtés estiment que le quartier a changé de visage après le raccordement en eau et assainissement.
Ce changement se traduit par disparition des égouts, la propreté des rues, l'amélioration d'hygiène...
Plus la typologie est élevée, plus la perception du changement du quartier est importante.
Les changements dans le quartier se traduisent aussi par l'investissement dans les constructions.
85% des ménages de T1 ont investi dans leurs constructions contre 42% de T2, 55% de T3 et 49% de T4.
Les T1 et T3 sont particulièrement exposées aux changements. L'arrivée de nouveaux propriétaires ne concernent pas la T4. Les T4 sont moins tentées de revendre leurs constructions.

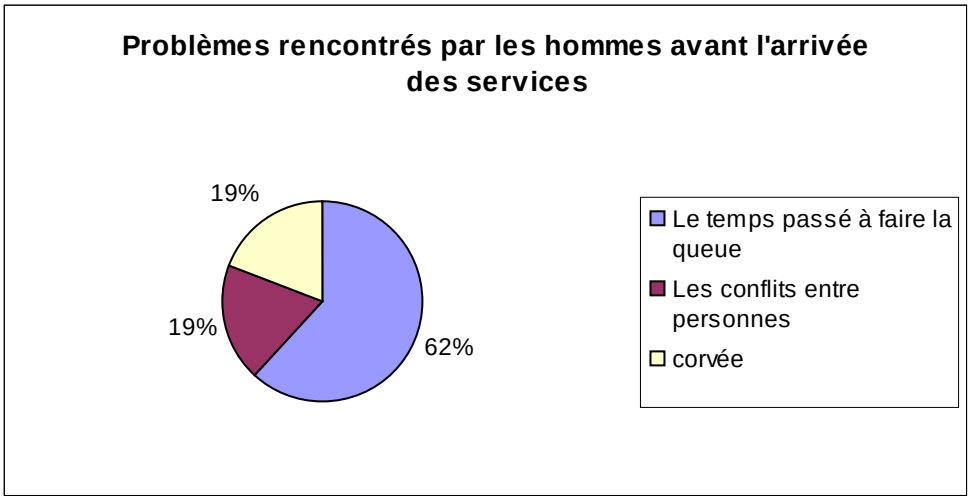
Dans cette perspective 78,80% des clients n'ont pas l'intention de déménager contre 21,20% qui déclarent avoir l'intention de partir.
On remarque que plus la typologie est élevée plus l'intention de déménager est faible, ce qui signifie que plus le client investit dans sa construction, plus il souhaite y rester et non pas la changer.

5. Satisfaction

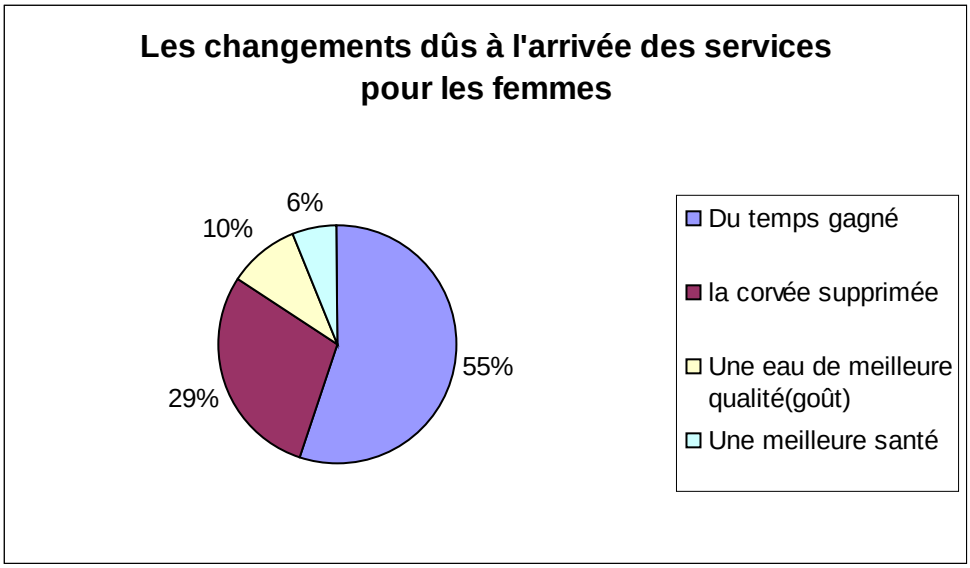
Seulement 3% des enquêtés trouvent la facture non acceptable. Les enquêtés ont affiché une satisfaction claire quant au montant de la facture à payer.
Le fait d'accepter ou non le montant n'est pas tributaire de la typologie de l'habitat.
Les clients affichent une grande satisfaction quant aux services fournis pour 98,8% des enquêtés.

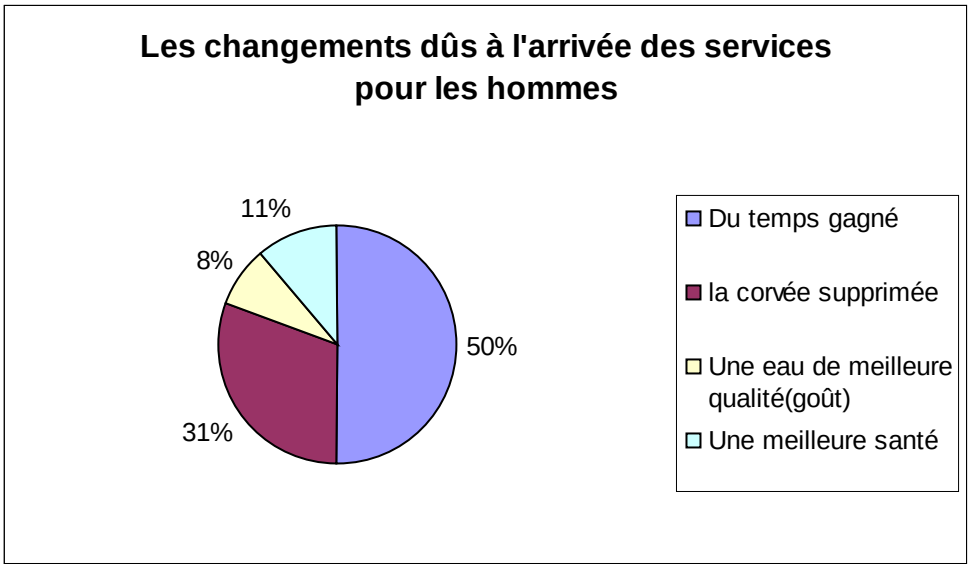
Détails Enquête
Parmi les problèmes rencontrés avant l'arrivée des services on trouve essentiellement la perte du temps et pour les femmes 66% et pour les hommes 62%.





Le gain du temps est parmi les principaux changements dus à l'arrivée des services. Ainsi plus de la moitié des femmes et des hommes citent en 1er lieu le temps gagné.

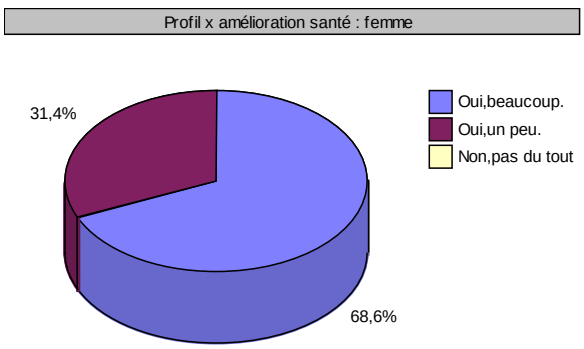


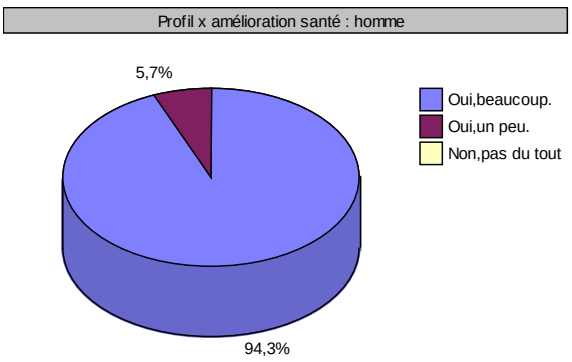


Enquête genre, santé et habitat insalubre

Santé

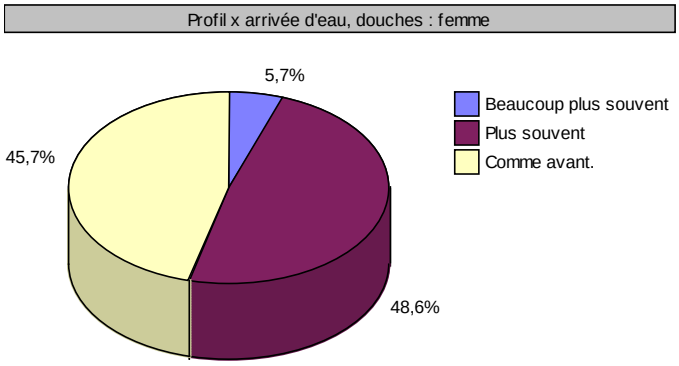
Deux tiers de femmes pensent que l'arrivée de l'eau a amélioré la santé de la famille contre 94% d'hommes.

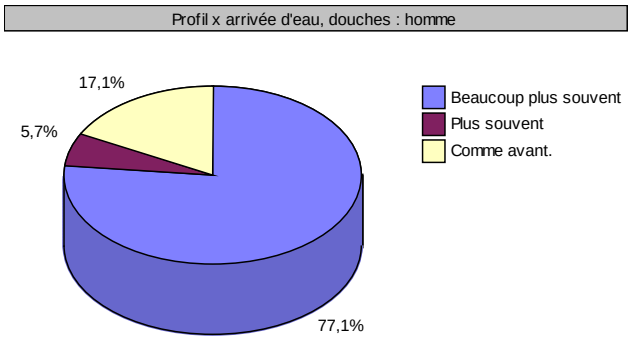




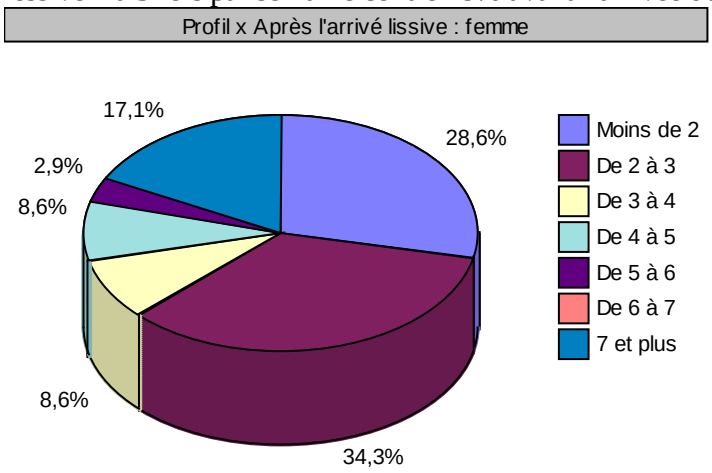
Hygiène et propreté

Depuis l'arrivée des services ce sont les hommes qui prennent des douches plus souvent : 82% d'hommes contre 54% de femmes

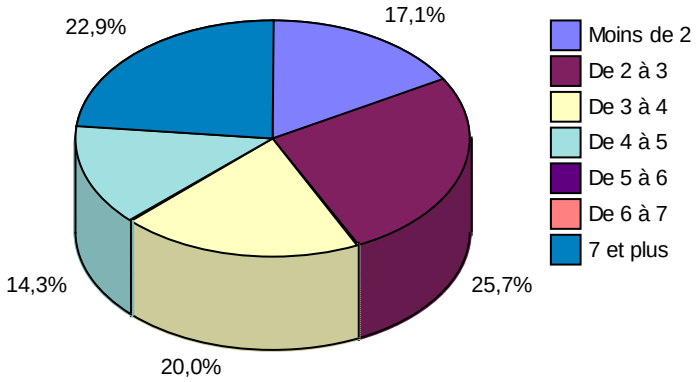




Depuis l'arrivée des services les femmes plus souvent la lessive. Ainsi par ex 34% des femmes font la lessive 2 à 3 fois par semaine contre 28% avant l'arrivée des services.

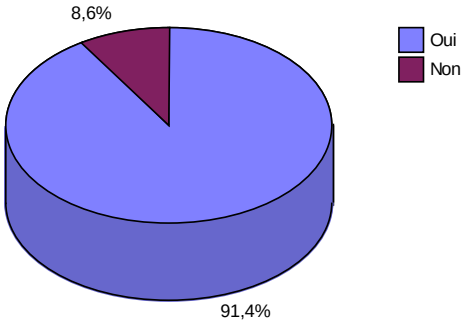


Profil x Avant l'arrivé lissaive : femme



la majorité des femmes(91,4% des femmes interviewées) déclare faire le ménage à l'intérieure de la maison plus régulièrement depuis l'arrivée des services.

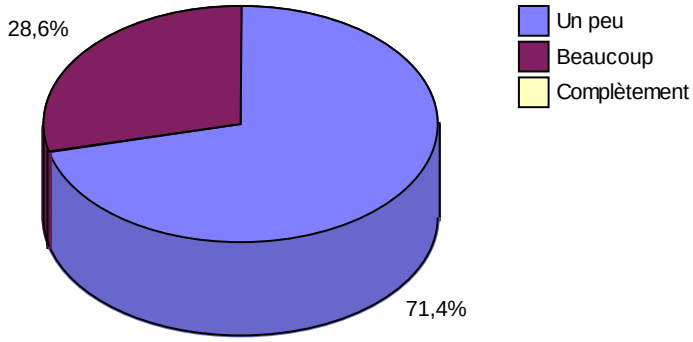
Profil x le ménage : femme

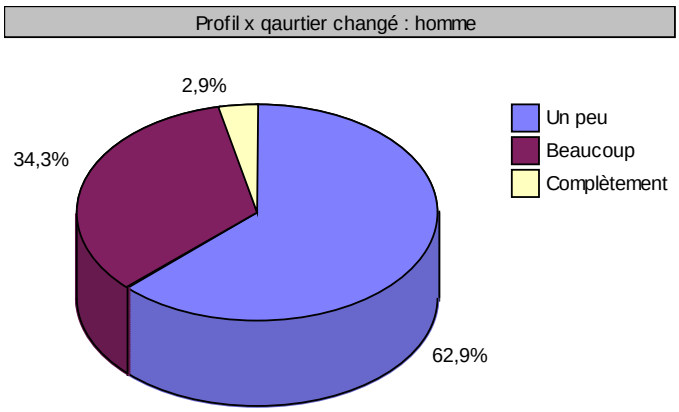


Changement de quartier.

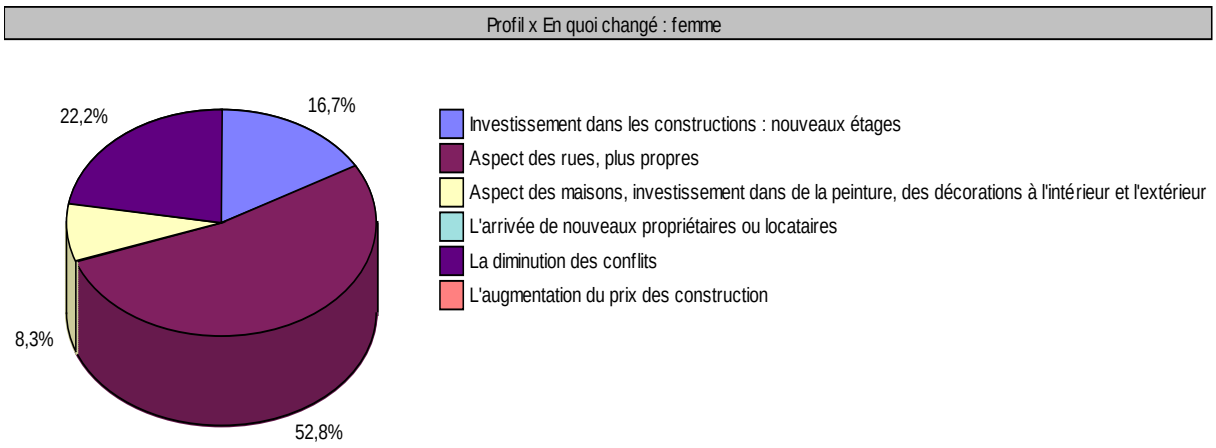
37% des hommes enquêtés pensent que le quartier a changé depuis l'arrivée des services contre seulement 29% des femmes qui partagent cet avis.

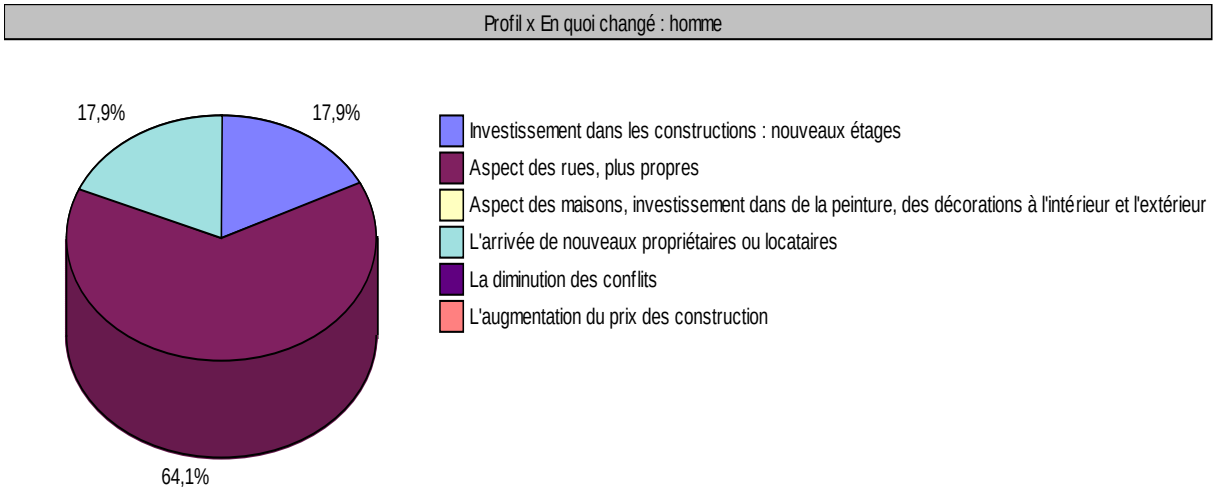
Profil x qaurtier changé : femme





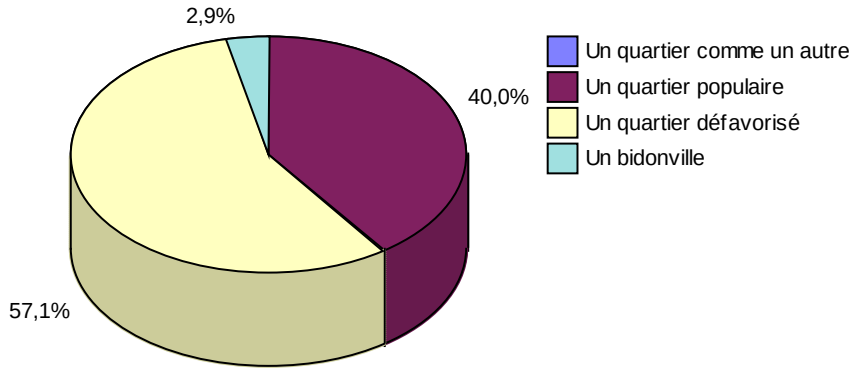
Pus de la moitié des femmes (53 %) et des hommes (64 %) pensent que les rues sont devenues propres et que cette amélioration est liée à l'arrivée des services.
De même pour l'investissement dans les constructions : 16% des femmes et 17% des hommes enquêtés établissent une relation entre l'arrivée des services et investir dans la construction.


Profil x En quoi changé : femme
22,2%
16,7%
8,3%
52,8%
Investissement dans les constructions : nouveaux étages
Aspect des rues, plus propres
Aspect des maisons, investissement dans de la peinture, des décorations à l'intérieur et l'extérieur
L'arrivée de nouveaux propriétaires ou locataires
La diminution des conflits
L'augmentation du prix des construction

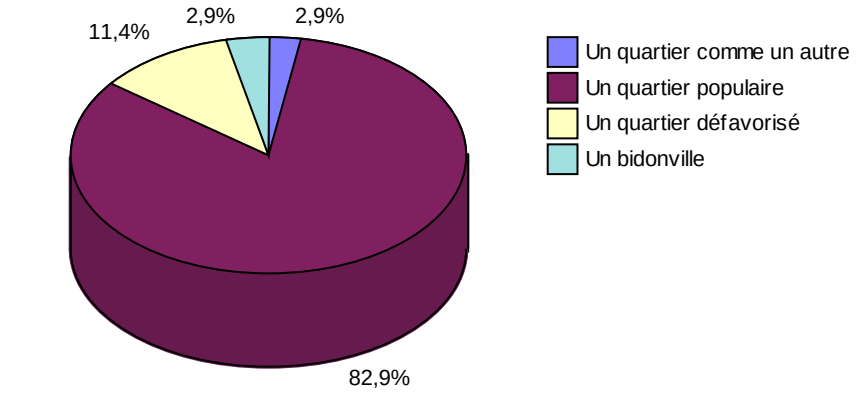

Profil x En quoi changé : homme
17,9%
17,9%
64,1%
Investissement dans les constructions : nouveaux étages
Aspect des rues, plus propres
Aspect des maisons, investissement dans de la peinture, des décorations à l'intérieur et l'extérieur
L'arrivée de nouveaux propriétaires ou locataires
La diminution des conflits
L'augmentation du prix des construction

40% des femmes qualifient leur quartier de populaire et 57% de quartier défavorisé , pour les hommes respectivement 83% et 11%.

Profil x qualification quartier : femme

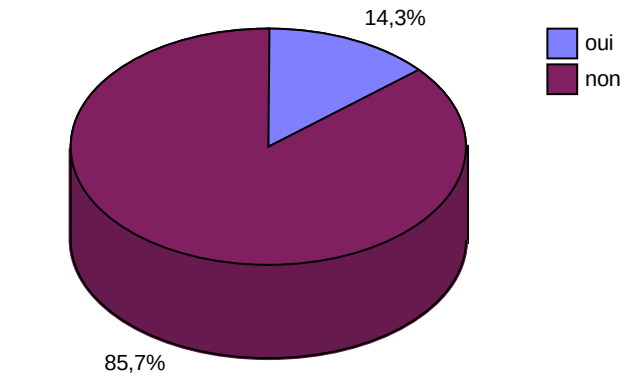


Profil x qualification quartier : homme

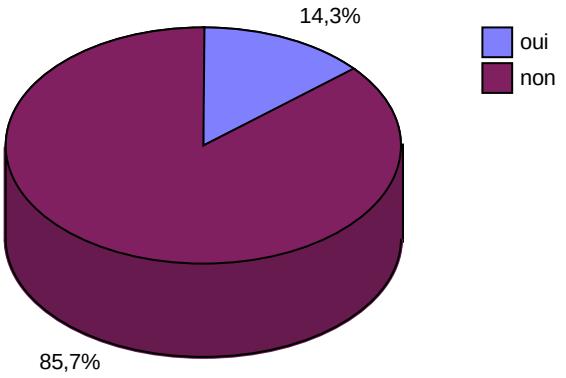


Aucune différence en ce qui concerne l'intention de déménagement : 14% pour le femmes et les hommes

Profil x intention de déménager : femme



Profil x intention de déménager : homme



f. « L'accès à l'eau et aux services pour elles, pour tous, à travers le programme INDH-INMAE. »

Intervention de C. CLUZEAU, Directeur Projet INMAE, Avril 2008

- **L'accès aux services pour tous**

L'accès aux services essentiels est l'une des conditions fondamentales du développement économique et social. Depuis 1998, LYDEC a fait de l'accès à l'électricité, l'eau et l'assainissement, une priorité tant en réponse aux attentes des clients qu'en réponse au Contrat de Gestion Déléguée. Plus de 42.000 foyers ont bénéficié du travail des équipes de LYDEC pour accéder aux services.
En 2005, le lancement de l'INDH par sa Majesté Mohammed VI a érigé en priorité nationale la lutte contre l'habitat insalubre et l'exclusion sociale. C'est dans ce contexte que LYDEC a signé le 13 septembre 2005, un accord-cadre avec l'Autorité Délégante et la Wilaya du Grand Casablanca, et créé une Direction dénommée INMAE dont le slogan : « un foyer, un branchement » résume à lui seul son activité.

- **INMAE, une action au cœur du développement**

Créé en septembre 2005, le projet INMAE compte 70 collaborateurs. INMAE réunit le métier classique de LYDEC avec ses départements "Etudes", "Planification" et "Travaux" ; ainsi que de nouveaux métiers liés à la nature du projet d'accompagnement des futurs clients et de suivi des partenariats avec les Autorités.

L'accompagnement des futurs clients a pour mission d'assurer le lien entre le projet et les habitants à travers plusieurs actions dont notamment :

- Recensement des quartiers pré-qualifiés.
- Validations des listes de bénéficiaires auprès des autorités.
- Si non-adhésion, analyse de la problématique (diagnostic social) interface avec les DAS et les préfectures.
- Distribution des engagements clientèle, accompagnement à la constitution du dossier.
- Accompagnement des travaux et aux bons usages des ouvrages et réseaux.
- Récupération des engagements clientèle à la réception des travaux.
- Interface Délégation Préfectorale / Travaux pour saisie des dossiers, paiement des frais d'abonnement et d'accès au service et pose-compteurs.
- Sensibilisation aux métiers de LYDEC.
- Enquêtes de satisfaction et études d'impacts.

La méthodologie mise en place par LYDEC a consisté à établir une relation de confiance entre les habitants du quartier et LYDEC afin d'obtenir leur adhésion, élément essentiel à la réussite du projet. Cette méthodologie est basée sur les concepts d'une gestion participative impliquant écoute, échanges et engagement de chacun. Si LYDEC doit assurer un accès à une eau saine à un coût raisonnable dans le respect de son contrat de Gestion Déléguée et du droit à l'eau, LYDEC accompagne les ménages à passer du statut « d'habitant » sans service à celui de « client », ce qui implique des droits et des devoirs. Cette démarche correspond également à la façon de travailler du Département du suivi des partenariats.

Le suivi des partenariats contribue à améliorer les conditions de réalisation de la mise en œuvre des projets en assurant un suivi en coordination avec chaque acteur pour éviter des blocages au niveau des chantiers et de l'avancement du raccordement des foyers. La volonté de LYDEC est également de se positionner sans ambiguïté comme partenaire de la ville et comme un partenaire de tout acteur de la société civile. LYDEC souligne l'importance de ce partenariat pour pérenniser les actions entreprises et aider les habitants du quartier à améliorer durablement leur cadre de vie. Travailler en collaboration avec les associations locales vise à passer le relais et assurer la pérennité des actions entreprises pour contribuer au développement durable des quartiers. En effet, selon nous, améliorer les conditions d'habitat et l'intégration de ces personnes à travers un projet intégré où l'arrivée de l'eau n'est que le point de départ au développement. LYDEC intervient comme entreprise gestionnaire d'un contrat de Gestion Déléguée de service public, elle s'est engagée à généraliser l'accès aux services des quartiers défavorisés dans les termes de son contrat. Sa responsabilité est donc d'apporter les services en trouvant des solutions techniques et financières aux problématiques de raccordement. Les autres enjeux liés à cette mission doivent être réalisés en coordination avec les partenaires en établissant des relations professionnelles et de confiance. Pour LYDEC, la construction d'un habitat durable passe par la collaboration et l'implication de tous les acteurs.

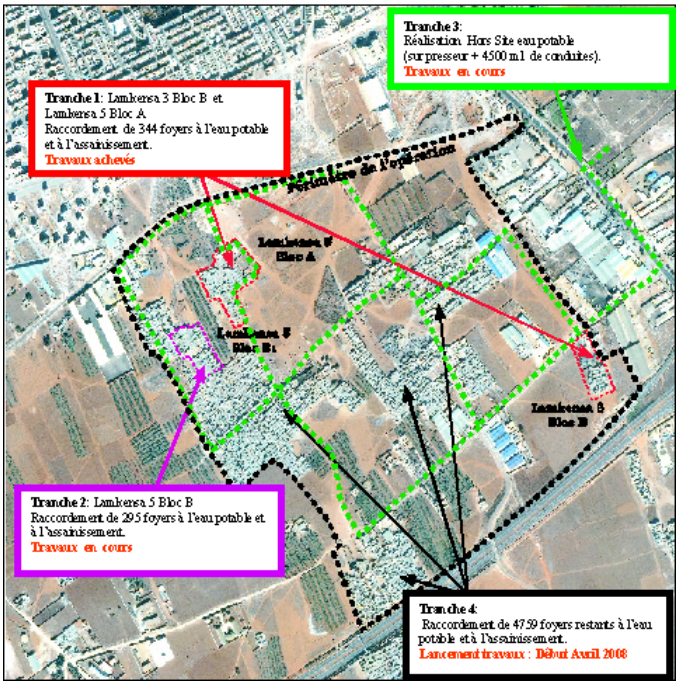
Les principales problématiques rencontrées par le projet INMAE caractérisent les enjeux traditionnellement liés aux programmes d'adduction d'eau ou de généralisation de l'accès aux services essentiels des quartiers défavorisés. Le foncier touche par exemple, la plupart des opérations programmées en 2008 et 2009. Elle incite les Autorités à statuer sur cette problématique. Un autre défi est celui de l'instabilité résidentielle et de l'adhésion des bénéficiaires de ce projet. Enfin, le financement des opérations du Projet INMAE fait partie du contrat de gestion déléguée, le coût total du programme suppose l'implication d'autres acteurs pour atteindre l'objectif fixé. Aussi, les foyers bénéficiaires participent aux frais de leur branchement domiciliaire à travers différentes modalités financières que LYDEC a développées pour qu'ils puissent payer leur raccordement aux services. Le coût du projet INMAE est également pris en charge en partie par le Fonds Solidarité

Logement, l'ONEP et des bailleurs de fonds internationaux comme la Banque Mondiale. La balance financière actuelle du projet INMAE sur le périmètre du Grand Casablanca appelle à trouver d'autres partenaires financiers pour assurer l'équilibre financier des opérations menées.

- **Enquête genre : entre données sexo-spécifiques et expériences de terrain**

Sensible aux questions liées aux impacts du raccordement sur les habitants et les femmes en particulier, LYDEC a choisi de mener une enquête « genre » sur un des quartiers de Lamkenssa en ciblant un quartier raccordé en mars 2007. Cette enquête visait à collecter des premiers éléments d'information sur la perception des impacts liés à l'arrivée de l'eau et de l'assainissement, mesurer le taux de satisfaction et également, poursuivre dans la collecte de données sexo-spécifiques, une perspective intégrée dès le début du raccordement de ce quartier. Elle correspond au résultat d'observations menées sur le terrain soulignant à quel point les femmes sont impliquées dès le début du projet et peuvent s'avérer de vrais moteurs de changement en faveur du projet de raccordement du quartier aux services de base.

Lamkenssa est situé au sud de Casablanca dans la Province de Bouskoura, la totalité de ce quartier représente 7.966 foyers divisés en deux parties, Lamkenssa Nord et Sud. L'enquête a été menée dans un bloc délimité de Lamkenssa Nord nommé dans le cadre des opérations de LYDEC, Lamkenssa 3 Bloc B ; il représente 344 foyers raccordés à l'eau et l'assainissement.


Tranche 3:
Réalisation Hors Site eau potable
(surpresseur + 4500 ml de conduites).
Travaux en cours
Tranche 1: Lamkenssa 3 Bloc B et
Lamkenssa 5 Bloc A
Raccordement de 344 foyers à l'eau potable
et à l'assainissement.
Travaux achevés
Tranche 2: Lamkenssa 5 Bloc B
Raccordement de 295 foyers à l'eau potable et
à l'assainissement.
Travaux en cours
Tranche 4:
Raccordement de 4759 foyers restants à l'eau
potable et à l'assainissement.
Lancement travaux : Début Avril 2008

Situation de Lamkenssa Nord 1

L'enquête a porté sur plusieurs thèmes comme le temps et la corvée, la santé et les pratiques d'hygiène, les changements du quartier, les investissements réalisés dans la maison et enfin la satisfaction du service. Sur ce panel de nouveaux clients, 70 personnes ont été interrogées dont 35

hommes et 35 femmes afin de respecter l'égalité de représentation des sexes. Cette enquête a été menée au cours du mois de février par le Département de l'accompagnement des futurs clients.
Cette enquête a permis de confirmer les observations de terrain sur la différence de perception des résultats attendus de l'arrivée des services. Les femmes perçoivent immédiatement le gain de temps, le gain sur la corvée d'eau et deviennent des personnes relais au sein de la communauté, l'eau étant souvent un moyen pour elles de s'affirmer au sein de la communauté. En termes d'intérêt porté aux démarches administratives, les hommes et les femmes sont également attachés à connaître les détails des procédures administratives, modalités de paiement et autres procédures liées au branchement.
Si l'on s'attarde sur les résultats sans particularité de genre, les résultats soulignent un changement profond des modes de vie en termes de temps, d'hygiène et de perception du quartier.

- 86% des enquêtés citent en 1er lieu le gain de temps comme impact dû à l'arrivée des services.
- En 2ème lieu est cité la suppression des corvées : 77% de typologie T1 et T2.
- Plus de 93% considèrent qu'il y a des impacts positifs sur la santé depuis l'arrivée des services.
- 99% des interviewés établissent une relation automatique entre l'amélioration de l'hygiène et l'arrivée des services.
- *Plus de 62% des enquêtés estiment que le quartier a changé de visage après le raccordement en eau et assainissement.*
- 85% des ménages de T1 ont investi dans leurs constructions contre 42% de T2, 55% de T3 et 49% de T4. Les T1 et T3 sont particulièrement exposées aux changements.
- 79% des clients n'ont pas l'intention de déménager.
- 99% des enquêtés sont très satisfaits du service.

Les résultats sexo-spécifiques montrent une différence de perception sur les impacts, les femmes semblent en effet, moins percevoir les impacts sur la santé et les changements du quartier que les hommes. Elles perçoivent néanmoins, clairement le gain de temps.

- Santé : 69% des femmes voient une amélioration contre 94% des hommes.
- Hygiène : 54% des femmes déclarent prendre plus de douche contre 82% des hommes.
- Maison : 34% des femmes font la lessive 2 à 3 fois par semaine contre 28% avant l'arrivée du service. 91% déclarent faire le ménage plus régulièrement.
- Quartier : 37% des hommes pensent que le quartier a beaucoup changé contre 29% de femmes. Les hommes pensent également que les rues sont devenues plus propres (64% contre 53%).
- Intention de déménager : 86% des hommes et des femmes n'ont pas l'intention de déménager.

Ce résultat qui nous a semblé étonnant peut être expliqué par le fait que les femmes sont déjà très sensibles aux impacts attendus que les hommes et vont percevoir relativement des impacts qu'elles avaient déjà escomptés avec le raccordement aux services ; aussi, il semble que les femmes dans le cas de ce bloc de Lamkenssa, se sont exprimées par rapport à des acquis et des perceptions différentes dès le début du commencement du programme. Evidemment, ces résultats et cette interprétation nous semblent partiels et invitent à poursuivre d'autres enquêtes de ce type à d'autres moments dans le temps après le raccordement pour obtenir des données étalées dans le temps (à T+1, T+2, T+3, etc.). Ces résultats soulignent également l'intérêt pour des associations ou universitaires de travailler plus en profondeur sur les impacts genrés de l'arrivée des services essentiels dans un quartier comme celui de Lamkenssa.

h. Dépliant sur les impacts de l’arrivée de l’eau pour les femmes

Texte

En 2005, le lancement de l'INDH par Sa Majesté Mohammed VI a érigé en priorité nationale la lutte contre l'habitat insalubre et l'exclusion sociale. C'est dans ce contexte que LYDEC a signé le 13 septembre 2005, un accord cadre avec l'Autorité Délégante et la Wilaya du Grand Casablanca, et créé une Direction dénommée INMAE dont le slogan : << un foyer, un branchement >> résume à lui seul son activité.

<< Mon quartier a vraiment beaucoup changé avec l’arrivée de l’eau et de l’assainissement. On a peint les murs, les rues sont plus propres et plus jolies. Il y a moins de conflits liés à l'approvisionnement en eau. Nous avons commencé des travaux dans la maison et on a envie d'y rester ; la vie dans le quartier est maintenant plus agréable. >>

<< L’arrivée de l’eau chez moi, ça signifie plus d’attente à la borne-fontaine. Avant, nous avions une borne fontaine avec un faible débit. Pour remplir un seau, il fallait patienter. Maintenant, c’est plus facile pour cuisiner, pour se laver… Nous n’avons plus à gérer l'approvisionnement en eau, nous pouvons en disposer selon nos besoins. >>

Depuis sa création, l'activité d'INMAE est placée au coeur de la vie des habitants des quartiers informels avec comme double objectif la lutte contre la pauvreté et le développement durable de la région. C'est à travers ces quatre témoignages de femmes que l'accès aux services prend tout son sens. Ces récits illustrent les impacts sur leur quotidien et celui de leurs enfants comme une meilleure santé, du temps gagné ou encore une vie de quartier devenue plus agréable et respectable.

<< Pour les enfants, c'est plus facile. Dans la rue, c'est l'accès à l'eau qui différencie les enfants. Ils sont plus propres, ils sont moins malades… Quand votre enfant est sale et que vous ne pouvez pas le laver, c’est insupportable. L’eau à la maison, c’est pouvoir se laver les mains quand on veut, ce qui veut dire moins de maladies et plus d’hygiène. >>

<< L’électricité, c’est très important. Sans électricité, nous ne pouvions pas garder la nourriture, tout s’abîmait vite. C’est très difficile pour gérer les repas. Et comment les enfants peuvent étudier ? Leurs yeux se fatiguent à la lumière des bougies… Sans électricité, tout est plus compliqué, plus long… Ceux qui n’ont pas d’électricité sont dans la galère. >>

Interventions, conférences et articles publiés de Céline Hervé-Bazin

(Par ordre chronologique)

1. "The figures of water and religion", "Water as a key for social and economic development in Morocco & Water", "Women and sustainable development", Al Akhawayn University in Ifrane, Ifrane, Morrocco, october 5-6 2006.

Interventions de classes basées sur des présentations power point.

Présentation 1

"The Figures of Water in myths and religion"
AUI
October, Thursday 5th

Five mains traits
- Ambivalence : positive and negative element
- Power□□ : related to laws and organized society
- Ideal : rites and tied to the sacred power
- Transmission : places of change and continuity
- Life : creation and origins

Ambivalence : positive and negative
- Religious attributions :
  - Positive :
    - rain falling as a benediction
    - Fresh water in Paradise
    - The sea as a savor : Noah and Moses
  - Negative
    - Hot water in Hell
    - The tempest

Power : water as a factor of Law
- Moses in The Torah
- + The Bible & the Koran
- Charia : « law of water »
- Rome : « Administration of Water » / Romulus
- « Egypt was the gift of the Nile » Herodotus

Power : water as organization
- Meriba's water in the Torah
- Center of the city : fountains, wells, etc.
- Center of the architecture especially in the Arabic architecture : Al Hambra
- Center of the solidarity : example in Provence & *Manon des sources*

Ideal : religious rites
- A way to enter the sacred place
- The Muslim religion :
  - The ritual purification : Al Ghusl, Al Wudu & Al Tayammum
- The Jewish religion
  - The Miqvé

=> Renew of the body and soul
- The Christian religion :
  - The Baptism

=> Remission of sins

Ideal : secular rites
=> Link to the superior
- Mythology : Thetis putting Achilles under water => immortality
- Lustral water in Rome : to separate the water from dangers => separation
- Fountains in medieval times : for fecundity / against sterility
- Thalossotherapy : a new way of being sacred…

Transmission : places of continuity and change
- Well / wedding : Rebecca, Sephora, Rachel
- but also protection : Maryam, Agar = Zam Zam
- River : Eden - Jordan river : forgive sins

Transmission : places of the society
- Hammam : collectivity and sociability
- Fountains : celebrations of joy (Landes, Michna)
- Eternal youth and beauty : waters of youth / nowadays : Mineral water
- Boat : Egypt / Amon or Osiris

Al Khidr and Alexander who found the water of life
Life : origins and creation
- 3 religions :
  - water is at the origins of the human being and animals
  - Separation of male and female
    - Koran, creation from the sperm
    - Torah, Bible : alliance of the male and female
- Original womb / matrix

Origins of Life / male and female
- Tethys (wife of Okeanos) => fecundity
- Chinese Dragon (Emperor of China) who fertilized the ground

- Mother : poetic inspiration and predominance of water as a maternal liquid

Kumbha mela / Ganges river
Water : a link
- In time and space
- In representations
- Between generations

- Link for life…

Présentation 2

"Water as a key for social and economic development in Morocco"

Water at stakes

- An international issue: 2 billion people are affected by water shortages in over forty countries.
  - Health consequences
  - Consequences on development
- A water shortage ?
  - Water stress : 60% of the world will suffer water shortage
  - Drinkable resources

Water in Morocco

- In 2003, decision to invest 8,2% of the GNP for environment and to prevent the
- 1200 m3 a year in 2004(600 m3 = hydraulic stress). 1980 : 1600
- 82% access to water (60% in rural areas)
- Law 10/95 : to better water management with decentralization of offices

The main water actors

- High Council of Water and Climate (Consultative authority)
- Planning authorities :
  - Min. of agriculture, health, energy and interior
  - Head => Ministry Territorial Planning, Water & Environment
  - ONEP
- Water users : private company, cities

NIHD (INDH)

- five-year plan for sustainable socio-economic and political development
  - Improve role of association and governance
  - Promote development : rural zones
  - Eradicate poverty
  - Education
- Local dynamics respecting the environment / sustainable development

International scene

- References to the right to water: the Convention on the Elimination of Discrimination Against Women (1979) and the Convention on the Rights of the Child (1989); and also in one of the regional human rights instruments: the African Charter on the Rights and Welfare of the Child (1990).

- 2002 : explicitly acknowledging a human right to water.

A right for all

« The human right to water entitles everyone to sufficient, safe, acceptable, physically accessible. and affordable water for personal and domestic uses »

3 conditions :

- Access (physically and economically)
- Quality
- Available

Vector of organization

- Key for collective society :

- Rome / Charia / Fountains
- Solidarity / management

- Key for health
- Key for the everyday life

Water and women

- Agenda 21 : Principle 20

« Women have a vital role in environmental management and development. Their full participation is therefore essential to achieve sustainable development » / Rio de Janeiro 1992

Water and women

- A traditional role : well
- The girl role

+

- The relation to water : purification / Hammam
- Health and beauty

Présentation 3

"Water, Women and sustainable development"

Women studies

October, 5th 2006

AUI

Sustainable development ?

- 1987, Gro Harlem Brundtland Commission

"meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs"

=> A response to launch long term policies on environmental issues

Why ?

- Petrol crisis
- Global Warming
- Dangers on global resources : bio-system, Amazonian forest, pollution of the air, shortage of water resources, etc.

International forums

- 1992 : Rio, Agenda 21
- 1995 : Kyoto
- 2000 : MDG
- 2005-2015 : « Water for life »

Criticism

- What is sustainability ? (Time)
- An oxymoron for economic policies based on concepts of growth (accumulation of goods)
- Viable development : protection of environment and ecology
- Eco-development : related to management, encourage renewal energy systems

3 main themes

- Economic : mechanisms and systems
  - Example : use recycled paper
- Social : integration of the employees
  - Example : employment of disabled people
- Environment
  - Action to protect the ecology, resources

Water issues

- World resources at stakes : water stress and access to water
- Health issues
- Factor of Development : vital goods, agriculture, time…

=> Water and women in sustainable development

Dublin 1992

- Principle No. 3 - Women play a central part in the provision, management and safeguarding of water

This pivotal role of women as providers and users of water and guardians of the living environment has seldom been reflected in institutional arrangements for the development and management of water resources. Acceptance and implementation of this principle requires positive policies to address women s specific needs and to equip and empower women to participate at all levels in water resources programs, including decision-making and implementation, in ways defined by them.

Agenda 21 - Rio 1992

- Principle 20

« Women have a vital role in environmental management and development. Their full participation is therefore essential to achieve sustainable development »

Gender studies

- « focuses on issues of sex and gender in language and society, and often addresses related issues including racial and ethnic oppression and globalization »
- Focuses on the role of women and men in the society. Question the attributions of power + representations circulating in a society
- A relation to Feminism ?

Gender studies

- Cultural studies
  - R. Hoggart : the different cultural influences that change attitudes and identities
  - Media point of view : influences of media on the group
  - Gender studies : influences of representations on women / men

Gender studies and Environment ?

- The influence of traditional roles on environment issues / management
- The influence of representations on the role women may have
  - Religion
  - Values / society roles
  - Imaginary

The role of women in water management

- A traditional role : well
- The girl role

+

- The relation to water : purification / Hammam
- Health and beauty

The role of women in water management

An interesting case study of women taking decision in Morocco

FAO, 1996 on « women, agriculture and rural development »

=> 70% women will take the decision alone when it involves water management

Main stakes

- Physical factor
- Health
- Education
- Governance

How to reach them ?

- Deep change in cultural references and roles
- A change of everyday life organization

- Problematic of education : how to educate them ? => pedagogical + communication issues

Communication concepts

- Cultural adaptation
- Responsibility / power
- Local and near-by
- The right technology : easy to use, fast and accessible
- Long-term investment / accompany changes

2. « L'eau, entre ingérence internationale impossible et ingérence médiatique »

Journée d'études dans le cadre de la semaine du développement durable, « Medias, Environnement et Développement Durable », CELSA, Université Paris IV Sorbonne**, France, 4 avril 2007.**

Céline HERVE-BAZIN
Doctorante en SIC, sous la direction du professeur Nicole d'Almeida

Chaque année, le 22 mars célèbre la Journée Mondiale de l'Eau à l'échelle de la planète. Comme d'autres journées initiées par les Nations Unies (ONU), le thème de l'eau devient un objet médiatique privilégié le temps d'un jour. Exemple d'ingérence de l'agenda international dans l'agenda médiatique, ces journées internationales sont l'occasion de sensibiliser, interpeller ou encore, montrer les progrès faits et à faire dans le domaine célébré. Une médiatisation de l'enjeu de l'eau où les acteurs de la scène internationale et les médias citent, font référence, reprennent et construisent un discours de l'objet « eau ».
Cette étude porte sur l'émergence de l'objet « eau », lieu de discours de la sphère internationale à un objet médiatique intégré au cadre discursif du Développement Durable. Cette analyse renvoie en partie à mon travail de thèse sur la mise en visibilité de l'objet « Femme, Eau et Développement Durable » sur la sphère publique.

L'émergence sur la sphère internationale
L'eau s'est imposée comme un enjeu prioritaire de l'agenda international dès les années vingt[109] ; une émergence liée à l'environnement. L'eau, élément vital, pétrole du prochain siècle devient un terme et thème redondant témoin de l'évolution parallèle entre existence lexicale et enjeu politique qui selon N. d'Almeida fait que « la priorité lexicale peut être conçue comme une priorité politique »[110].
Cette émergence discursive et publique peut être rendue compte par trois niveaux d'analyse :
- *une analyse contextuelle* à la fois historique et thématique qui dégage les enjeux clés liés à l'eau au cours du déroulement des conférences internationales ;
- *une analyse discursive* à la fois lexicologique et rhétorique à révéler l'inertie de la problématique sur la sphère publique internationale ;
- *une analyse de mise en circulation* croisant médiatisation et potentiel communicationnel du thème de l'eau dans l'agenda international et médiatique.

L'analyse contextuelle
Le processus d'écriture de l'objet « eau » est révélé par la chronologie des conférences dès 1977, date de la première conférence sur l'eau à Mar Del Plata. Elle s'inscrit dans le cycle des « méga-conférences »[111] organisées par l'ONU sur les enjeux majeurs de la société comme l'alimentation, la population, les femmes, etc. Le thème de l'eau fait logiquement « suite » à celui de l'environnement de Stockholm manifestant que le discours sur l'eau est lié à ce dernier.
De 1977 au début des années 90, le thème de l'eau est marqué par une quasi-disparition de la sphère internationale malgré la décennie pour l'eau potable et l'assainissement de 1981 à 1990, considérée comme un échec. Cette absence de l'agenda international révèle une inertie politique sur un principe clé défini dès 1926, la gestion intégrée des ressources en eau (GIRE). L'analyse thématique rend compte d'une répétition du discours, témoin que l'objet « eau » bloque sur l'action ou l'inaction des acteurs politiques concernés.
Pollution des ressources et dégradations par l'homme, rareté de la ressource, absence d'accès à l'eau ou encore, impacts sanitaires ; l'eau est un objet d'alarmes et un objet catastrophe au cœur des enjeux de développement des sociétés. L'eau est également un objet englobant, quasi totalitaire qui recoupe tout ; du

[109] Première conférence sur la gestion de l'eau en 1926 à Valence cf. Rahaman, M.M & Varis, O, « Integrated water resources management: evolution, prospects and future challenges » in *Sustainability: Science, Practice, & Policy*, Number 1 (1), p. 15-21, April 2005.
[110] Almeida (d'), N. 2000. *Introduction à la problématique de la visibilité*. Présenté lors des « Travaux du GRIPIC », 23 février, CELSA, France, p. 9.
[111] Biswas, A. K. « From Mar del Plata to Kyoto: an analysis of global water policy dialogues » in *Global Environmental Change Part A* 14: 81-88, 2004.

bien-être au cadre de vie, développement économique et social jusqu'à la vie elle-même en tant que « l'eau est indispensable à tous les aspects de la vie »[112]. L'analyse thématique de l'objet dessine l'importance de cet élément vital à butter sur la gestion de cette ressource par les acteurs. C'est ainsi que l'analyse discursive laisse apparaître une construction du discours qui appelle à l'action des acteurs concernés.

L'analyse discursive

Le discours eau pourrait sembler non révélateur du « cortège floristique »[113] auquel est soumis le développement « durable », « soutenable » ou « viable ». Pourtant, le choix des termes associés témoigne d'un éparpillement lexicologique du thème de l'eau porté par un resserrement progressif autour du mot « eau » seul[114].

Parler d'eau, d'eau douce, d'eau potable n'est, techniquement, pas le même sujet. De même, inclure l'assainissement suppose d'aborder l'évacuation des eaux utilisées par l'homme intégrant les problématiques d'hygiène et de salubrité des habitations. L'eau, c'est également une ressource et source de vie, un élément doué de vertus culturelles et religieuses omniprésentes dans tous les pays du monde. Encore, associer le terme « eau » à « développement durable » ou « environnement » implique un positionnement conceptuel, un parti pris retrouvé dans la rhétorique du discours.

A travers cette floraison lexicale et derrière un formatage propre au registre des conférences internationales et de son contexte diplomatique, se déroule un appel à l'action des acteurs. Recommandations, figures d'experts ou déclarations d'intention, le cadre institutionnel des textes de conférences est dépassé par une ingérence discursive au nom de grandes causes qui justifient le style incisif parfois directif des textes. Réduction de la pauvreté, lutte contre les maladies, ordre nouveau, amélioration du statut de la femme ou garantie d'un futur pour nos enfants ; le discours est lexicalement, caractéristique du Développement Durable. Il déploie un registre prescripteur, offre un cadre consensuel pour l'action et décline une discursivité proche du Développement Durable qui attribue à l'objet « eau », son potentiel communicationnel.

L'analyse communicationnelle

L'aspect communicationnel de l'objet « eau » interroge le discours et sa mise en circulation par les acteurs de l'agenda international vers la sphère publique et médiatique. Le cœur de cette mise en circulation semble se jouer dans l'institution de la Journée Mondiale de l'Eau qui date de 1992.

Evènement qui s'ingère dans l'agenda médiatique à l'instar de la Journée Mondiale de l'Environnement depuis 1972, la Journée Mondiale de l'Eau a une genèse internationale à l'instar de la Semaine du Développement Durable, « dont la dynamique (…) a été *importée* de l'arène internationale vers le champ interne »[115]. Portée par l'UNESCO autour d'un thème différent chaque année, la Journée Mondiale de l'Eau est un moment privilégié d'actions concrètes menées localement et souvent en décalage avec le thème choisi. Elle est une opportunité prise par des acteurs souvent peu visibles ou traditionnellement peu médiatisés sur ce types d'actions comme l'entreprise privée et l'association. Moment prétexte, la diversité des manifestations souligne le flou théorique du discours de l'eau. La variété multiple des pratiques et des intérêts révèle de la complexité de l'enjeu de l'eau. Surtout, cette Journée Mondiale de l'Eau a progressivement détaché l'objet du discours de l'environnement et du développement durable pour lui offrir une personnalité et une visibilité propre. Cette identité d'un objet « multiple », fondamentalement « local » et également, « vital » et « commun » à l'humanité dresse les particularités communicationnelles

[112] Déclaration ministérielle, Conférence internationale sur l'eau douce, Bonn 2001.

[113] Jollivet, M. « Le DD, notion de recherche et catégorie pour l'action. Canevas pour une problématique hybride », dans Jollivet, M. *Le développement durable, de l'utopie au concept.* Paris : Elsevier, 2001, p. 100.

[114] 1981 / 1990 : Décennie Mondiale pour l'eau potable et l'assainissement ; 1990 : Consultation mondiale sur l'approvisionnement en eau et l'assainissement à New Dehli ; 1992 : Conférence internationale sur l'eau et l'environnement à Dublin ; 1994 : Conférence ministérielle sur l'eau potable et l'assainissement à Noordwijk ; 1998 : Conférence Internationale sur l'Eau et le Développement Durable à Paris ; 2001 : Conférence internationale sur l'eau douce à Bonn ; 2005 / 2015 : Décennie internationale d'action « L'eau, source de vie ».

[115] Godart C. « Le développement durable, objet d'une semaine spécifique », Journée d'études du GRIPIC, 2004, p. 15.

du discours « eau » qui, comme « la dimension communicationnelle de l'environnement engage de nouvelles modalités de la parole et du débat public renvoie à un nouvel objet médiatique »[116].

La mise en visibilité médiatique

Le processus de médiatisation s'intéresse à la transformation de l'événement brut à l'événement médiatique renvoyant au travail de retranscription par les médias de l'objet vers la cible dans un contexte où « les médias ne transmettent pas ce qui se passe dans la réalité sociale, ils imposent ce qu'ils construisent de l'espace public »[117]. Le thème de l'eau se « réveille » médiatiquement par la construction du discours médiatique autour de deux axes porteurs : le catastrophisme accompagné par la pédagogie, et le conflit entre deux partis porteurs d'une conception antinomique de la gestion de l'eau.

Dramatisation et banalisation

Le discours de l'eau se construit avec des modalités énonciatives comparables identifiées par N. d'Almeida allant « de la dramatisation (notamment à l'occasion de catastrophes retentissantes) à la banalisation (en l'inscrivant régulièrement dans l'agenda) via un traitement esthétique et pédagogique (registre du conseil, des gestes qui sauvent ou protègent l'environnement) »[118]. Avec la multiplication des sécheresses, inondations, pluies diluviennes et autres manifestations des risques liés à l'eau, les médias couvrent le thème de l'eau à l'identique de celui de l'environnement. Les gestes pour préserver la ressource déferlent chaque été sur les ondes, magazines et écrans des Français. Ils signalent une approche cyclique des catastrophes et du rôle du citoyen dans le discours du Développement Durable.

Cette double construction d'un discours catastrophe où l'homme se doit d'être responsable, cantonne le discours à la surface « discussionnelle » d'un objet trop complexe pour permettre des prises de position et actions pourtant liées, nécessaires et intrinsèques au discours du développement durable et de l'eau, ressource limitée et vitale. Cette surface « discussionnelle » cantonne la discursivité de l'objet « eau » à une tyrannie de l'événement et au régime cyclique des médias. Elle est suppléée par la mise en scène d'une guerre où le visible de l'objet « eau » apparaît, circule, construit un récit structurant au service d'un agenda médiatique qui s'ingère dans la problématique de la gestion de l'eau.

La guerre de l'eau

Le secteur de la distribution d'eau est un lieu d'où ressort la complexité de la gestion de la ressource et où interagisse une multitude d'acteurs. La spécificité du monde de l'eau est l'interesponsabilité partagée de la gestion de la ressource eau. Elle oppose une gestion uniquement publique à une gestion déléguée au secteur privé. En termes discursifs se joue la confrontation entre une eau, « patrimoine de l'humanité », libre, gratuite, gérée par et pour le bien commun, à une eau, potable et « accessible » pour tous qui permet l'intervention d'une entreprise privée. Ce débat est le lieu d'une confrontation entre un discours porté majoritairement par les organisations alter mondialistes et les entreprises du secteur privé.

En France, c'est le travail de recherche de journalistes qui a mis en visibilité la question de la gestion de l'eau par les acteurs privés. En 1994, Roger Cans, journaliste au *Monde*, signe *La ruée vers l'eau*. Complété par plusieurs livres[119] sur le thème de la gestion de l'eau, il ouvre le débat public sur l'administration de l'eau. Ce débat est construit autour de l'opposition de figures identifiées comme Danielle Mitterrand et le Maire de Varages en France ou Vira Shiva à l'international « contre » les leaders du secteur privé de l'eau comme Henri Proglio ou Jean-Marie Messier du groupe Veolia et Gérard Mestrallet du groupe SUEZ.

Le Directeur de SUEZ s'est illustré avec un article clé publié au lendemain des attentats du 11 septembre intitulé de « de l'eau pour tous et vite ». Il a été complété par une publication, « la vraie bataille de l'eau ». Ce terme « vraie bataille » réfute la bataille portée par les alter mondialistes et les medias signalant bien

[116] Almeida N. (d') « De l'environnement au développement durable, l'institution d'un objet et la configuration d'une question », Journée d'études GRIPIC : « Dire le développement durable » 2004, p. 7.
[117] Charaudeau, P. *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social.* Paris : Nathan, 1997, p. 9.
[118] Almeida N. (d') « De l'environnement au développement durable, l'institution d'un objet et la configuration d'une question », Journée d'études GRIPIC : « Dire le développement durable » 2004, p. 7.
[119] Lenglet, R. & Touly, J.-L. *L'eau de Vivendi, les vérités inavouables*. Paris : Alias, 2003 ;
Perucca, F. & Pouradier, G. *Comme un poison dans l'eau. La Lyonnaise et la Générale des eaux troubles.* Paris : Editions Transparence ; Stefanovitch, Y. *L'Empire de l'Eau*. Paris : Editions Ransay, 2005.

l'existence de deux camps, les opposants et les héros du discours de l'eau. Cette joute discursive est au cœur d'un récit au service du discours du Développement Durable.

Un *discours* du Développement Durable

L'eau, ressource limitée et don de la terre, s'insère naturellement comme un sous thème du registre global de l'environnement. Sur la sphère médiatique, l'objet eau devient plus facile, plus visible, plus identifiable dans le cadre discursif du Développement Durable. La médiatisation des journées de l'eau, des enjeux de l'eau construit un discours, un métarécit de l'environnement qui fait écho des préoccupations de la sphère internationale sans pour autant permettre l'action attendue par les acteurs de cette sphère. L'objet eau devient un objet rituel, accessoire de la discursivité du Développement Durable.

Un métarécit de l'environnement

L'eau est un objet construit qui semble particulièrement intéressant au champ des Sciences de l'Information et de la Communication. Il reprend les caractéristiques d'un récit voire d'un métarécit de l'environnement selon B. Jalenques-Vigouroux autour des 5 piliers fondateurs du discours. Rappelons que ces derniers posent en premier lieu, l'incitation à l'action au nom d'une valeur morale. L'eau est en effet, un bien de l'humanité qu'il revient à chacun, de protéger. Le deuxième postulat de B. Jalenques-Vigouroux est que le métarécit repose sur des héros anonymes (au contraire des Grands héros). Au fil des conférences internationales se retrouvent ces héros anonymes qui sont les experts réunis en conclave pour se pencher sur le sort de l'eau. Rarement cités, ils sont la figure anonyme qui émet un cri d'alarme au nom de la communauté internationale. Le grand but, troisième pilier, est la préservation, la lutte contre la raréfaction de ce liquide vital par une meilleure gestion intégrée et la mobilisation de tous. Le grand péril est sa rareté, sa pollution et son éventuelle disparition ou insuffisance pour répondre aux besoins de la communauté internationale. La valeur suprême, dernier élément du discours, est la vie elle-même. Cette construction comme un récit permet l'adhésion forte du grand public. Elle obscurcit néanmoins le contenu d'un objet tout d'abord plastique.

Un objet polysémique et esthétique

L'eau est en effet un concept qui reste flou et polysémique, une caractéristique du registre « environnement ». Dans le cadre de l'eau, la polysémie veut être dépassée par un jeu de références et d'intertextualité repéré pour le développement durable. Dans une logique de « référence constante » (O. Aïm), la référence aux conférences précédentes est devenue un automatisme suite à la conférence de Dublin, reprochée de ne pas s'être intégrée dans la suite des propositions de Mar del Plata (A. Biswas). Dublin qui préparait Rio de Janeiro explique pour partie la quasi-absence du thème de l'eau dans le rapport final de Rio. Elle est néanmoins présente dans les Agenda 21. Ce travail de citation et méta-citation instaure une esthétique propre au discours de l'eau qui l'assimile au cadre du développement durable tout en dessinant un objet visible pour et par lui-même.

La publicisation de l'invisible à la marque du visible

L'eau, objet médiatique, a entré le champ du visible par un effet miroir au Développement Durable. L'apparition de l'eau est envisagée comme un objet devenu visible selon les trois caractéristiques essentielles définies par Nicole d'Almeida. *Lieu de médiation*, il permet l'échange entre les communautés internationales ou médiatiques. *Taxinomique,* l'eau suppose et oriente des comportements pour les individus. *Agonistique,* elle est lieu de conflits et de concurrence des acteurs pour leur existence sur la sphère publique. Chez J. Habermas, la visibilité est le résultat d'une approche communicationnelle de l'espace public ; la visibilité se confond avec le principe de publicité (Offentlichkeit) qui structure la modernité et les échanges politiques intensifiés et déformés par l'activité communicationnelle. Cette construction du visible aboutit à « une suritualisation » de l'objet, à l'émergence d'une marque discursive comme le souligne Y. Jeannerêt au sujet du discours de l'environnement, « la communication sur la politique environnementale entraîne visiblement une suritualisation des pratiques qui place tout acte politique relatif à l'environnement sous le signe indiciel d'une attitude de transparence, de dialogue, de pragmatisme, de sincérité, etc. – jusqu'à faire de tout énoncé un support de marque très particulier »[120].

[120] Jeannerêt, Y. « L'environnement comme espace de discours », Journée d'études du GRIPIC, CELSA, 2003, p. 15.

L'eau, objet invisible intégré au Développement Durable devient visible, une marque du cadre discursif dont il légitime les principes et le récit.

Conclusion : un objet rituel au Développement Durable

L'Eau et le Développement Durable, s'ils interrogent, mobilisent, reconfigurent les modalités du débat public se heurtent à l'action, à la séquence narrative d'un faire-faire encore lointain. Le Développement Durable, plus global, véritable discours qui questionne l'espace public actuel, s'appuie sur l'objet « eau », objet médiatique et médiatisé en tant qu'objet au service de la visibilité du récit du Développement Durable. Le discours de l'eau, légitimant et devenu visible avec le cadre du Développement Durable appelle néanmoins, plus concrètement à l'action contre l'inertie discursive. L'eau s'ingère dans le discours du Développement Durable comme objet rituel où s'opposent les camps sans arrêter un modèle de gestion du liquide vital. Derrière les enjeux de gouvernance et de droit de l'eau, l'objet « eau » s'ingère comme un appel à l'action qui risque d'imposer un choix de conception de l'eau, de la société et de l'espace public.

Bibliographie

Albert, O. « Le rôle des conférences internationales », Centre de Documentation Tiers Monde de Paris, octobre 1995.

Almeida (d'), N. 2000. *Introduction à la problématique de la visibilité*. Présenté lors des « Travaux du GRIPIC », 23 février, CELSA, France.

Biswas, A. K. « From Mar del Plata to Kyoto: an analysis of global water policy dialogues » in *Global Environmental Change Part A*, 14: 81-88, 2004.

Charaudeau, P. *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social.* Paris : Nathan, 1997.

Camdessus M., Badré B., Chéret I. & Ténière-Buchot P.-F. *Eau.* Paris : éditions Robert Laffont, 2004,

Jollivet, M. *Le développement durable, de l'utopie au concept.* Paris : Elsevier, 2001, p. 100.

Mageed, Y.A. « The United Nations Water Conference: The Scramble for Resolutions and the Implementation Gap » in *Mazingira*, Vol.6, N° I, p. 4-13.

Rahaman, M. M. & Varis, O. « Integrated water resources management: evolution, prospects and future challenges » in *Sustainability: Science, Practice, & Policy*, Number 1 (1), p. 15-21, April 2005.

3. Citoyenneté modèle et environnement sur l'espace public, un prétexte de la pénétration de la sphère privée par l'entreprise.

Conférence internationale : "Communication and Argumentation in the Public Sphere: Public Space *versus* Private Space", **Université de Galati, Roumanie**, 12 - 14 avril 2007.

Céline HERVE-BAZIN, CELSA – Paris IV Sorbonne, GRIPIC, France

Introduction

« Préserver et améliorer l'environnement », tel est l'objectif de la première «méga-conférence» (Biswas 2004 : 81) organisée par les Nations Unies sur les enjeux planétaires liés à la protection de notre planète. Tenue à Stockholm en 1972, la conférence des Nations Unies sur l'environnement précède une série de «méga-conférences» lancée à l'initiative de l'ONU entre 1972 et 1979. Elles avaient pour objectifs de sensibiliser le public et les gouvernements à des problématiques environnementales, sociales et économiques portant sur le développement [1]. Ces conférences s'intègrent dans le cadre plus général d'une sphère publique internationale qui souhaite interroger, débattre et agir sur une conception du développement de nos sociétés actuelles et futures.

La problématique de l'environnement initie une remise en question du modèle de développement actuel basé sur la croissance technique et économique. Cet ordre nouveau proposé est renforcé par de nombreux experts qui alertent sur l'urgence d'une action écologiste depuis 1968 [2]. Le choc pétrolier de 1974, la multiplication des dangers planétaires depuis 30 ans et le rôle des médias de plus en plus portés sur l'environnement depuis 5 ans, ont alimenté le discours sur le danger encouru par notre planète si nous n'agissons pas. Des phénomènes climatiques marquants et impressionnants comme les tornades, sécheresses, inondations récentes ou encore, la pression sur les ressources qui se traduit par une augmentation du prix des matières premières ont amené le public à ouvrir sa sensibilité à l'objet « environnement ». Le succès par exemple, du pacte écologique de Nicolas Hulot ou l'engouement autour du film d'Al Gore montre un réveil de l'opinion publique aux questions environnementales.

Ces éléments soulignent combien l'environnement est devenu un objet clé des débats en cours sur l'espace public. Il met face à face deux conceptions de développement résumées à une opposition entre «l'économique» versus «l'environnement». Ces différences de conception des enjeux planétaires se sont notamment traduites par des conflits lexicologiques autour du choix des termes… Faut-il parler de développement durable, viable ou soutenable ? D'écologie, d'environnement ou d'éco-développement ? D'emblée, le choix des termes n'est pas ici en question et nous nous référons à l'objet «écologie», «environnement» ou «développement durable» comme des formes nouvelles de discours surgissant sur l'espace public. Ce discours s'est construit sur l'espace international pour dépasser des problématiques seulement nationales. Il s'est s'affranchi des différences culturelles ou identitaires pour s'imposer comme enjeu d'aujourd'hui et de demain. Espace riche au discours, l'environnement redéfinit les rapports aux mondes politique, économique et culturel. Au cœur d'une arène publique qu'il remet en question, l'environnement est un lieu de prise de parole où la prise de décision confronte public et privé.

Au-delà des querelles d'ordre lexicologique, l'environnement est entendu comme un discours qui appelle à un ordre nouveau où les prérogatives des acteurs sont questionnées. Des instances politiques et publiques, du secteur privé, des associations et des ONG jusqu'au citoyen et à nous-même, le thème de l'environnement apparaît comme un idéal public et politique questionnant la forme et les formes de l'espace public actuel.

1. Objectifs

Le but de cette intervention est, par l'étude d'un cas particulier, d'interroger en quoi l'environnement est un nouveau discours surgissant et construisant l'espace public à modifier les modalités de prises de parole de chacun des acteurs.. Plus particulièrement est interrogée la pénétration de l'espace public par l'entreprise privée. Cette dernière suscite questionnements, conflits et consensus dans le cadre discursif et communicationnel de l'environnement. Le discours « environnement » souhaite mobiliser les acteurs pour la protection des ressources naturelles, limitées et appelées à disparaître ou polluées. A partir de ce

discours, il s'agit d'analyser en quoi la communication de l'entreprise privée construit la représentation du citoyen et son rôle actuel dans le but de faire face aux enjeux environnementaux. Cette action qu'elle légitime par le discours «environnement» s'instaure comme une pénétration de l'espace public qui permet à l'entreprise d'élargir son influence tant dans la sphère publique que privée.

Le cas de l'entreprise SUEZ semble particulièrement révélateur. Entreprise délégataire d'un service public de l'eau, un élément vital auquel tout le monde doit avoir accès, suscite de fait, débats de conception sur qui doit la gérer. SUEZ, entreprise multinationale privée suscite de nombreuses critiques sur l'espace public. Dans le cadre d'un discours de responsabilité sociale éthique, cette entreprise cherche à justifier son intervention face aux ONG et aux alter mondialistes pour lancer «la vraie bataille de l'eau» (Mestrallet 2001). Par l'intermédiaire de multiples supports destinés au client-consommateur, l'entreprise propose un comportement à adopter, une «citoyenneté modèle» à respecter et qu'elle justifie au nom du développement durable et des «valeurs de l'eau» (L'eau & vous. Paris : Lyonnaise des Eaux).

Dans une dynamique de communication et d'argumentation des acteurs d'un «espace public», l'environnement apparaît comme une promesse et une opportunité de redéfinition d'une sphère publique élargie à un plus grand nombre d'acteurs et de prises de paroles au détriment de la sphère privée qui doit désormais, répondre aux exigences d'un discours représentant un citoyen engagé, persuadé, dévoué à un rôle conforme aux attentes de l'environnement.

2. Méthodologie

Cette étude s'intègre dans le cadre plus général de ma thèse effectuée à l'Université Paris IV Sorbonne – CELSA sous la direction de N. d'Almeida. Elle porte sur la publicisation de la problématique « femme, eau et développement durable » en tant qu'objet discursif partant d'une stigmatisation de l'invisible au discours d'un visible concret. Pour construire la démonstration, trois acteurs intervenant sur l'espace public sont comparés : le secteur privé, l'institution gouvernementale (niveau ministériel) et l'association. Pour rendre compte de l'action du secteur privé dans le cadre de cette thèse, nous avons choisi d'étudier l'entreprise SUEZ qui alimente le corpus de la présente étude.

Afin de réaliser cette analyse, nous avons comparé la communication de deux de ses filiales dans deux pays différents, Lyonnaise des Eaux en France et LYDEC au Maroc. Toutes deux sont délégataires d'un service public, la distribution de l'eau. Pour constituer un corpus intéressant et révélateur, trois méthodes principales ont été mobilisées. Tout d'abord, l'analyse de discours basée sur une étude sémio-discursive de deux supports émis par deux filiales à destination du client-consommateur, *L'eau & vous* et *LYDEC & vous*. Elle est accompagnée d'une analyse discursive des rapports annuels depuis 2000 et une analyse flottante de plusieurs supports émis par l'une et l'autre filiale [3]. Une méthode quantitative a pu alimenter le corpus par l'administration d'un questionnaire aux concepteurs, rédacteurs et décideurs des deux supports *L'eau & vous* et *LYDEC & vous*. Une dernière méthode de l'entretien et de l'observation participante au cours d'entretiens, l'exercice d'une activité au sein des deux entreprises et des rencontres avec les membres des deux organisations ont permis de construire un corpus intégrant une approche qualitative essentielle à cette étude prenant le parti d'analyser la construction d'un modèle de comportements. L'approche qualitative correspond tout à fait à ce cadre épistémologique qui suppose de combiner analyse «externe» des supports et analyse intégrant les acteurs de ces mêmes supports.

3. Environnement et espace public, une opportunité du « privé »

L'émergence du discours «environnement» sur l'espace public appelle à une urgence : la protection de l'environnement face à la croissance exponentielle de notre société actuelle. Autour des discours de responsabilité sociale éthique, la sphère économique qui est remise en question par la conception d'un développement qui soit en phase avec l'environnement, peut se saisir de nouvelles prérogatives et prises de paroles sur l'espace public.

3.1. Rappel historique : apparition de l'environnement sur l'espace public

Proche de l'écologie, l'environnement est un thème qui émerge au XIX^{ème} siècle et qui, selon D. Bourg, plonge ses racines dans la critique de l'idéologie économique. Répondant à des préoccupations «écologistes» comme la protection de la nature ou l'éthique d'un «mieux vivre» (B. de Jouvenel), l'environnement est un mouvement global qui pose comme principe premier, la protection, préservation et conservation des ressources naturelles. L'environnement suppose un «agir» de l'homme

respectueux de la Terre à considérer comme un capital précieux et limité. C'est donc sans s'attarder sur l'histoire de l'écologisme marqué par différents courants souvent d'origine scientifique que se pose ici la question de l'émergence de l'environnement comme objet discursif discuté et réfléchi par les différents acteurs de l'espace public.

C'est sur la sphère internationale que l'environnement naît en tant que discours. L'environnement apparaît pour la première fois, dans l'agenda international, en 1972. A Stockholm, au cours d'une conférence considérée comme innovante, se réunissent des experts et représentants des gouvernements autour de la problématique de l'environnement. Avec pour slogan «une seule Terre», cette conférence initie une dynamique internationale de coopération pour améliorer les conditions de vie et surtout, allier développement et environnement. Le *Rapport Meadows* publié en 1972 réveille également l'attention sur les effets de la croissance exponentielle que connaît le monde depuis le début des Trente Glorieuses : croissance de la population mondiale, croissance économique avec par exemple, l'augmentation de la production industrielle de 7% par an tout au long de la décennie des années 60 et la croissance de la consommation des ressources énergétiques comme le pétrole ou le gaz.

Suite à cette première étape, les débats sur l'environnement ne cessent de croître avec la multiplication des conférences portant sur ces problématiques. Avec Rio de Janeiro en 1992 et Johannesburg en 2002, l'environnement devient un impératif de société recouvrant des domaines multiples comme l'eau, la biodiversité, la nature, la faune, les déchets, etc. L'environnement est devenu visible, clairement identifié et suppose une redéfinition des modalités du vivre ensemble sur la sphère publique. Cette visibilité d'un «ordre nouveau» (Forum mondial de l'eau de Mexico, 2006) interroge les prérogatives des acteurs de la sphère publique et leur implication depuis l'émergence discursive de l'environnement. Au cœur du concept d'espace public, l'environnement est un «lieu prétexte» de prises de parole et de défections des acteurs.

3.2. Environnement, prétexte de prises de parole et défections

L'émergence de l'environnement comme nouvel objet de discussion qui construit et reconstruit les prérogatives des acteurs en présence appelle à considérer les effets de la mise en visibilité d'une problématique sur l'espace public. L'environnement est ici conçu comme « le résultat d'une approche communicationnelle de l'espace public : la visibilité se confond avec le principe de publicité (Offentlichkeit) qui structure la modernité et les échanges politiques intensifiés et déformés par l'activité communicationnelle » (Almeida 2000).

Rappelons rapidement le concept de J. Habermas tel qu'il l'expose dans sa thèse de 1970. L'espace public est envisagé comme un discours dont l'objectif est de déplier un type idéal de démocratie à partir d'une analyse historique d'un objet, la sphère bourgeoise publique. Il faut entendre l'espace public comme un modèle politique de discussion, un lieu fictif où s'échangent les opinions de la société civile et les propositions de l'Etat. J. Habermas actualise ensuite son modèle en analysant l'objet principal de médiation du discours généralisé c'est-à-dire, le concept de publicité tel que le propose E. Kant dans son article répondant à la question *Qu'est-ce que les Lumières ?* La publicité est alors définie comme essentielle car « médiatrice de la politique et de la morale » (Habermas 1970 : 124). Sa description historique mène l'auteur à dénoncer la mainmise des intérêts commerciaux sur la fonction première de la publicité gâchant le bon exercice de cette dernière. La publicité est transformée en outil de manipulation à jouer des symboles et ressorts psychologiques les plus connus pour produire une forme de popularité des idées proposées par l'utilisateur de la publicité. Dans la continuité de la pensée de l'Ecole de Francfort dont il se fait l'héritier dans cette thèse, J. Habermas dénonce les effets des produits des «industries culturelles» sur l'exercice de la raison et de la politique. C'est ici que le concept de J. Habermas déploie son intérêt dans le cadre du discours «environnement». Les effets des «industries économiques» sur la planète ont une conséquence sur l'espace public qui n'est pas de l'ordre de la raison ou de la politique, mais qui est de l'ordre de la «vie» au sens premier du terme.

Le discours «environnement» surgit comme un mode discursif alternatif qui appelle la raison éclairée des hommes à s'exercer au nom d'une valeur morale qui n'est plus de l'ordre du politique et de la démocratie mais de l'ordre de la «Nature», de ce « nouvel ordre écologique » (Ferry) qui engage la responsabilité de chacun. Sur cet espace public de l'environnement, les prises de parole et défection sont multiples. Rappelons que « la prise de parole consiste à se plaindre ou à orchestrer la plainte ou la protestation : elle est un moyen plus direct de récupérer la qualité qui s'est dégradée » (Hirschman 1993:

24). La prise de parole est une action relevant du domaine politique sur l'espace public ou mercantile dans le but de changer les choses. A ce titre, A. Hirschman souligne que « le domaine politique (…) est le lieu privilégié de la prise de parole » (Hirschman 1993: 55) reposant sur le simple fait que le but est bien de « mobiliser l'opinion publique » (*idem*: 54) et d'agir directement sur son fonctionnement.

Sur la sphère de l'environnement, les prises de parole viennent des acteurs internationaux et de leurs experts qui s'expriment par l'intermédiaire des «méga-conférences» ; des associations et ONG qui alertent sur l'état d'urgence de la planète à travers des campagnes marquantes comme celles de Green Peace ou WWF ; et du secteur privé qui revendique sa responsabilité sociale éthique. Ces trois acteurs ont joué le rôle mobilisateur de l'opinion publique, des médias et du politique sur la question de l'environnement. La communauté internationale, les ONG et l'entreprise privée appellent tous les trois à l'action et aux changements des comportements sans pour autant trouver immédiatement d'échos auprès des autres acteurs de la sphère publique. Il ne s'agit pas d'une défection au sens de l'expression d'un mécontentement selon la définition d'A. Hirschman, mais d'une défection au sens littéral du mot, l'abandon d'une cause qui n'intéresse pas…

La défection du public, des médias et du politique semble prendre racine dans le désintérêt des trois parties pour le discours «environnement» peu crédible et en décalage avec les préoccupations de l'époque où il apparaît. Cette défection est également à expliquer par le manque de clarté sur ce qu'est l'objet «environnement». Sa cause ne semble pas suffisamment mobilisatrice dans un espace public en mutation. Comme le souligne E. Maigret, « la démocratisation s'effectue aujourd'hui à travers tous les espaces petits ou grands qui la composent sur des modes souvent alternatifs de ceux imaginés par Habermas (…) les revendications sont devenues micro-politiques et portent sur les mœurs et les enjeux liés aux identités » (Maigret 2003: 216).

3.3. Environnement, identité d'acteurs responsables

L'environnement est un discours qui débute sans base identitaire ou manifestation concrète qui touche directement l'individu. La pollution de l'air, le trou dans la couche d'ozone ou les risques nucléaires semblent lointains… Ils leurs arrivent même d'être limités à des régions de la planète et ne peuvent pas se répandre chez « nous » à l'image du nuage de Tchernobyl. L'environnement ne mobilise pas malgré l'existence d'événements réels et régulièrement médiatisés des années 50 jusqu'au début du nouveau millénaire. Sa remise en question du modèle économique le rend difficilement acceptable et il lui manque la capacité à mobiliser les individus. Il n'inclut pas l'acteur :

> entend-on parler de la pollution des mers en dehors des marrées noires ? De la pollution des sols en dehors d'un empoisonnement fortuit ? De la pollution des voitures en dehors des pics de pollution en ville ? etc. Les acteurs semblent ainsi s'effacer devant le phénomène lui-même. L'environnement s'imposerait par sa gravité même sur la scène publique.
>
> (Jalenques-Vigouroux 2006: 40)

L'absence de liens entre cause et effets éloigne l'environnement d'une réappropriation par tous les acteurs de la sphère publique.

C'est avec la définition de la notion de *développement durable* établie par le Rapport Brundtland en 1987 que l'environnement affirme son identité discursive et communicationnelle. En effet, ce concept plastique entouré d'un «cortège floristique» (Jollivet 2001 : 100) permet à l'environnement de s'affirmer en tant que discours porteur de renouveau. Le discours «développement durable» - qui suppose une vision de société et qui inclut le discours «environnement» - s'impose comme un récit, voire un «métarécit environnemental» (Jalenques-Vigouroux 2006) porté par une valeur morale supérieure. La question du développement durable est alors celle de son application dans le monde réel. Le défi est donc celui d'arriver à changer durablement les valeurs sociétales par la prise de parole de différents acteurs de et sur l'espace public. Ces derniers doivent suivre un schéma normatif de nouvelles valeurs telles que le rapport Brundtland l'énonce, c'est-à-dire

> qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs.

Accompagné par la recrudescence des aléas climatiques, la multiplication des conférences internationales, la mobilisation de figures médiatiques et la confrontation entre les alter mondialistes et le secteur privé ; le discours «environnement» se construit concrètement sur la sphère publique autour de la valeur de la citoyenneté. L'environnement, passé de la sphère planétaire impalpable et inaccessible se décline aujourd'hui très concrètement au niveau de l'individu. Guides de sensibilisation, gestes pour la

planète, manifestations culturelles… Tout un panel communicationnel a permis d'outiller l'environnement d'un visage concret et réaliste. Il engage désormais une identité de l'individu, celle d'un citoyen acteur de son environnement. L'environnement met tous les acteurs face à leurs responsabilités pour protéger les ressources de la planète. Dans ce contexte discursif, la sphère publique a vu l'affirmation du discours de l'acteur privé au nom d'une citoyenneté engagée pour le développement durable. Dans ce dispositif, les qualités communicationnelles du discours « environnement » offre au secteur privé la possibilité de rendre concret ses valeurs, son éthique et sa déontologie.

3.4. L'entreprise privée se saisit de nouvelles prérogatives

Le discours «environnement» a rapidement été investi par les entreprises. Utopique, mal défini, plastique, ambiguë, il vogue dans les discours sans que personne ne sache réellement ce qu'il veut dire ni ce qu'il recoupe concrètement. Notion à succès, utilisée à outrance par les entreprises, sa dimension sur-communicationnelle est évidente,

> parce que c'est là un thème positif et consensuel de sa réputation, l'entreprise développe une communication tous azimuts : site web, rapports, plaquettes, stands.
>
> (Bourg 2006 : 6)

Protéger l'environnement, cela suppose un engagement pour le futur et pour les générations à venir. Le discours se construit dans la projection, au nom des enfants et également, au nom d'un intérêt commun à tous, la Terre. Notion discursive féconde, il sert à former, investir et promouvoir une «bonne image» d'entreprise.

Dans le cadre de la communication des entreprises, le discours « environnement » et de «développement durable» s'est fixé et concrétisé autour du principe de responsabilité sociale éthique. Le principe de responsabilité sociale éthique est né suite à la demande du grand public de vérifier les activités des entreprises s'affichant de plus en plus engagées au nom du bien public. Ce concept est apparu à un moment où

> les entreprises apparaissent de plus en plus comme des acteurs à part entière de la régulation de l'économique et du social aux côtés des pouvoirs publics. L'opinion publique formule des critiques et des attentes mettant en cause la responsabilité, non plus seulement des Etats mais aussi des entreprises.
>
> (Tixier 2005: 12)

Le principe de responsabilité sociale éthique permet de mesurer très concrètement le développement durable que l'entreprise annonce. Il évalue la performance d'une société privée selon trois piliers environnemental, social et économique. Le premier pilier environnemental mesure la compatibilité entre l'activité de l'entreprise et le maintien des écosystèmes. Le pilier social s'intéresse aux conséquences sociales de l'activité de l'entreprise pour l'ensemble des parties prenantes (salariés, fournisseurs, clients, collectivités locales...). Enfin, le pilier économique évalue la performance financière classique de l'entreprise et de nouveaux facteurs comme le respect de la concurrence (pas de corruption, d'entente, etc.) ou la promotion de l'emploi.

Considéré comme un discours de mise en visibilité fort, le principe de responsabilité sociale éthique répond à une logique de différenciation de l'entreprise sur l'espace public environnemental. Rappelons en effet que

> l'univers économique est autant marqué par la banalisation des produits que par le besoin de personnalisation et de différenciation : plus il y a de ressemblance, plus il faut créer de la différence, de l'écart.
>
> (Almeida 2000).

Outil de valorisation boursière et interne, le discours de responsabilité sociale éthique est le lieu de l'affirmation des valeurs de l'entreprise. Eco citoyenne, engagée pour le «développement durable» et respectueuse de l'environnement, l'entreprise ouvre le spectre de ses prérogatives sur l'espace public : de la sphère publique à la sphère privée. C'est dans ce cadre général de l'émergence discursive de l'environnement sur l'espace public comme lieu de redéfinition du contrat social et des modalités de prises de parole que l'entreprise SUEZ apparaît comme une étude de cas intéressante. Connue pour sa position forte sur le développement durable, les valeurs et la bataille de l'eau, SUEZ est également le moteur d'un modèle de citoyenneté véhiculé par différents supports ciblés grand public.

4. La citoyenneté modèle, le «vrai» de SUEZ

SUEZ est une multinationale française qui délivre des services dans les domaines de l'électricité, du gaz, de l'eau et de l'assainissement. C'est dans le cadre de son activité de distributeur d'eau que nous nous intéressons à cette entreprise. Connue pour sa position forte sur le développement durable, son activité «eau» suscite des confrontations entre les acteurs sur la sphère publique médiatique. Pour légitimer son activité, SUEZ répond par les relations presse et par une communication institutionnelle et stratégique à l'attention des clients-consommateurs. C'est à travers différents supports que l'entreprise étend réellement son champ d'action en s'adressant à un public cible plus large et dans un contexte éloigné de l'enjeu politique et politisé de l'eau. C'est à travers deux contextes, français et marocain, que cette étude propose de rendre compte de la communication de SUEZ sur l'eau dans le cadre discursif de l'environnement.

4.1. Le thème de l'eau, rappel des enjeux

La première conférence sur l'eau date de 1926. Tenue à Valence en Espagne, cette première conférence définit un concept clé de la problématique de l'eau: la gestion intégrée des ressources en eau. Entérinée lors de la première conférence internationale sur l'eau qui se déroule à Mar del Plata en 1977, la gestion intégrée résume le problème principal et fondamental de l'eau dans le monde : la gouvernance. Ce principe se retrouve effectivement dans l'ensemble des conférences depuis 30 ans. Il explique pour partie pourquoi les chiffres de l'accès à l'eau n'ont pas évolué…

L'inertie politique et l'incapacité de la sphère publique internationale à s'ingérer dans la gestion locale ou régionale de l'eau oblige à une redéfinition de la gouvernance de cette dernière. Cela suppose d'intégrer tous les acteurs, du plus haut niveau politique à l'usager. Le cas des femmes est particulièrement révélateur de cet impératif. Pour réussir l'accès à l'eau, il faut donner à cette minorité la capacité et la possibilité d'intervenir dans la gestion de l'eau. Autre élément révélateur, l'absence de l'eau dans l'agenda international et médiatique de 1977 à 1992. Après Mar del Plata, le thème de l'eau disparaît malgré la décennie de l'eau potable et de l'assainissement de 1981 à 1990. Elle révèle que les agendas international et médiatique préfèrent la problématique du changement climatique, de la biodiversité ou de la déforestation. En 1992, la conférence de Rio et l'Agenda 21 marquent le début d'une nouvelle ère de conférences internationales. Ce n'est pas tant en termes de contenu que les conférences évoluent mais plutôt en nombre. Depuis 1992, il existe une conférence internationale sur l'eau quasiment tous les ans ! [4] Elles sont accompagnées de conférences sur le développement social qui inscrivent le développement d'un pays comme lié et dépendant d'une gestion efficace de la ressource en eau [5]. En questionnant la gestion de l'eau, ces conférences remettent en question la gouvernance de l'eau. C'est le statut de l'eau qui est interrogé ici. A la fois élément vital et patrimoine commun, l'enjeu de l'eau, c'est une certaine conception de société.

4.2. Le cas de l'eau, un bien public… De service public

> Le service de distribution de l'eau potable et le service de l'assainissement des eaux usées sont des activités d'intérêt général prises en charge plus ou moins directement par des personnes publiques.
>
> [6]

En France, la gestion de l'eau est un domaine très particulier qui donne des obligations aux distributeurs d'eau

> en tant qu'activités de service public, les services publics, les services d'eau et d'assainissement sont soumis à des principes anciens mais toujours d'actualité. Ils doivent être ainsi assurés de façon continue (…) permettre d'assurer le respect du principe d'égalité entre usagers, voire entre candidats usagers.
>
> (Salaün 2004 : 104)

Cette notion de service public se retrouve au Maroc où LYDEC a pour mission de fournir «une eau de qualité 24h sur 24 et 7 jours sur 7» (*LYDEC & vous.* Casablanca : LYDEC). Elle exerce ses activités dans le cadre d'une gestion où

> la collectivité, tout en réservant au secteur privé la charge des investissements et la gestion du service, assure le contrôle permanent du service délégué, conserve son patrimoine et la responsabilité de fixer la nature et l'importance des objectifs à atteindre.
>
> (*Rapports d'activité.* 2000 à 2005. Casablanca : LYDEC).

L'activité accomplie au nom du service public place la communication des entreprises délégataires sur le registre de la communication publique, la communication de la « société organisée par la loi qui établit

les rapports d'équité antérieurs » (Zémor 1995). Elle se définit par la légitimité de l'intérêt général, au nom du peuple. Elle a pour fonctions d'informer, d'écouter, d'assurer la relation sociale et d'accompagner les changements comportementaux de l'organisation sociale. Le message d'une communication publique est le résultat d'un compromis issu du contrat social et du débat. Il a pour objectifs d'informer et expliquer pour légitimer l'action des pouvoirs publics ou de l'organisme de service public et se distingue de l'intérêt particulier. Ces caractéristiques de la communication publique se retrouvent dans les discours des deux entreprises (discours sur la qualité, valorisation de l'expertise et de l'activité selon le cadre législatif et une préoccupation pour l'environnement, le développement). Surtout, la communication publique va s'axer sur la réalisation de la mission d'intérêt général qui a été confiée au distributeur. Elle va donc reprendre les trois principes clé qui constituent le corps d'une activité de service public : la continuité, l'égalité et l'adaptabilité.

Dans le cadre de cette communication de service public, le développement durable est une opportunité communicationnelle idéale pour l'entreprise délégataire. Elle permet d'affirmer la position de l'entreprise comme acteur essentiel d'une mission morale au nom de l'intérêt général. La valeur «engagement» est donc surinvestie par ces deux entreprises :

> Compte tenu des enjeux liés à la gestion de l'eau, LYDEC s'est engagée dans un programme ambitieux au service d'une politique de développement durable.
>
> (*Rapport d'activité*. 2004. Casablanca : LYDEC).

> Lyonnaise des Eaux inscrit toutes ses actions dans une perspective de développement durable et contribue à transmettre aux générations futures un patrimoine et un environnement intacts. Une charte engage l'entreprise auprès de l'ensemble de ses clients.
>
> (*Rapport d'activité*. 2005. Paris : Lyonnaise des Eaux).

Le choix du terme est particulièrement important pour comprendre l'axe de communication choisi en rapport aux fonctions de service public qui sont attribuées aux deux entreprises. LYDEC s'impose «l'excellence» et Lyonnaise des Eaux choisit les deux termes «vocation» et «mission». Une mission est une charge donnée à quelqu'un pour aller accomplir quelque chose et également, le mouvement intérieur par lequel un individu ou un groupe d'individus se sent appelé par Dieu, par une valeur morale supérieure. Lyonnaise des Eaux veut ainsi

> remplir sa mission de service public. Pour cela, nous développons une démarche volontariste de communication.
>
> (Message du Président Directeur Général. *Rapports d'Activité*. 2004. Paris : Lyonnaise des Eaux)

La mission a une fonction d'objectif à atteindre, elle est complémentaire aux termes utilisés dans les différentes brochures produites par les deux entreprises où se retrouvent les mots *engagement*, *objectif*, *politique*, *stratégie* ou *volonté*.

Autour du discours pour l'environnement se dessine un objectif de responsabilité au service de l'intérêt général. A un moment où l'engagement de l'acteur privé sur la sphère publique devient de plus en plus fort, la communication de ces deux filiales de SUEZ s'accompagne d'une visibilité «pour tous» qui répond aux attaques et conflits qui se multiplient contre le groupe sur la scène publique internationale.

4.3. Une visibilité « pour tous »

Suite aux événements du 11 septembre 2001, Gérard Mestrallet, Président Directeur Général du groupe SUEZ, publie un texte marquant l'actualité médiatique et discursive liées à l'eau. Son article écrit dans le journal *Le Monde* est un événement discursif majeur dans et pour le monde de l'eau. Elle est l'occasion d'une prise de position et prise de parole forte de la part d'un représentant du secteur privé sur l'enjeu de l'eau.

Appel engagé, quasi militant placé sous le slogan percutant de « l'eau pour tous, vite ! », cet article répond aux griefs médiatiques et médiatisés adressés au groupe par les alter mondialistes. La gestion par un privé est en effet, un objet médiatique surinvesti par les journalistes et pour cause ! Opacité, corruption politique, argent facile, ententes… La gestion de l'eau est un lieu privilégié pour les médias d'autant que de nombreuses ONG se dressent contre les délégataires comme ATTAC ou ACME. Elles défendent un concept de gestion du service public de l'eau uniquement «publique» qui exclut l'intervention d'une entreprise à la recherche de profits et devant obéir aux exigences de ses actionnaires. Le discours de G. Mestrallet s'impose donc comme le porteur d'un message osé : celui de la «vraie bataille de l'eau» où il replace les enjeux de l'eau.

Acte fort d'un PDG d'une des plus grandes multinationales de l'eau du monde, la «vraie» bataille appelle son contraire, la «fausse» bataille, celle qui est menée au moment où il prend la parole. Le terme «bataille» fait écho à un des premiers livres fustigeant la gestion par les privés, *La bataille de l'eau*. Publié en 1994 par Roger Cans, journaliste à *Le Monde*, cet ouvrage s'oppose à la gestion par les entreprises privées et pour G. Mestrallet, cette bataille de l'eau se trompe de combat. L'analyse en détail du texte permet de dégager trois arguments au service du discours.

En premier lieu, G. Mestrallet confirme l'inertie de la problématique de l'eau observée par les conférences internationales qui se réunissent depuis 1926 sur l'enjeu de la gestion intégrée des ressources. Cela explique que

> les chiffres n'ont guère évolué depuis 1990 ; la proportion d'urbains bénéficiant de l'eau régresse chaque jour, les efforts de développement des réseaux d'eau potable et d'assainissement n'ont pas suivi la croissance démographique et l'explosion urbaine.
>
> (Mestrallet 2001)

Son deuxième postulat est donc la définition du «vrai» problème de l'eau, celui de l'accès à l'eau. Contrant l'idée reçue d'une guerre de l'eau, le PDG de SUEZ souligne que l'eau est souvent l'exemple concret de consensus à l'échelle de la planète, des nations ou des régions :

> l'eau est avant tout un facteur de rapprochement des peuples. Au cours des quatre dernières décennies, neuf conflits armés ont eu pour origine l'accès à l'eau.
>
> (Mestrallet 2001)
>
> L'intérêt médiatique pour les conflits liés à l'eau et pour sa gestion empêche de mener la vraie bataille de l'eau, celle qui tue insidieusement 30 000 enfants tous les jours, celle que livre chaque jour un milliard d'hommes et de femmes qui n'ont pas aisément accès à cette ressource. Cette guerre se situe sur le terrain sanitaire et social.
>
> (Mestrallet 2001)

La troisième affirmation correspond à la réponse de SUEZ aux détracteurs de la sphère civile qui défend une appropriation de l'eau par les distributeurs d'eau. Ces derniers fournissent un service, celui d'apporter l'eau dans les foyers et de la renvoyer vers l'usine avant de la rendre à la nature. Il s'agit donc du commerce d'un service et non pas de vendre de l'eau.

> L'eau est un bien commun (...) Nous ne sommes pas des marchands d'eau (…) mais assurons un service, celui de rendre disponible à chacun et en permanence une eau purifiée de restituer cette eau en milieu naturel après traitement. C'est le prix de ce service qui est facturé et non l'eau comme matière première.
>
> (Mestrallet 2001)

A travers cette lettre ouverte, SUEZ prône un accès à l'eau «pour tous». Cet axe de communication va traduire par le programme, « eau pour tous » mené par SUEZ Environnement, la filière «eau» du groupe. À Casablanca par exemple, le programme «eau pour tous» consiste au raccordement de plusieurs bidonvilles de la capitale économique marocaine. À Lyonnaise des Eaux, l'accès à l'eau pour tous se décline sous la forme d'un dispositif social d'aide au paiement de la facture. Cette visibilité «pour tous» est un engagement fort de l'entreprise qui détache SUEZ sur la sphère publique. C'est désormais sur la sphère privée qu'il faut questionner son approche communicationnelle toujours au nom de «l'environnement».

4.4. Les bons conseils de L'eau & vous *et* LYDEC & vous

L'eau & vous et *LYDEC & vous* sont des magazines qui utilisent un vocabulaire prescripteur de comportements sur le ton du conseil utile, de la parole d'expert et du «truc et astuce» qui simplifieront la vie de la cible. Ils s'adressent au client-consommateur, celui qui bénéfice du service public de l'eau. Il s'agit du grand public au sens large mais surtout, du citoyen desservi par l'eau distribuée par les deux entreprises dans la limite territoriale définie avec la collectivité locale à qui l'entreprise est liée contractuellement.

Ces supports cherchent à instaurer une relation de confiance avec sa cible à travers un univers homogène à la cohérence éditoriale claire et ludique. Les discours des deux supports mêlent complicité et intangibilité par l'utilisation fréquente d'un impératif d'ordre, d'instruction et de conseil. Sous le mode du rappel bienveillant (*n'oubliez pas*, *pensez à*) ou de la précaution (*protégez-le*, *veillez à*), l'impératif alterne avec l'infinitif pour éviter un ton qui pourrait sembler trop sévère et incitatif. L'univers visuel aide également à trancher avec le texte par sa tonalité joyeuse et le choix des photos ou dessins. *L'eau & vous* utilise beaucoup de photos de jeux d'eau, d'enfants, de couleurs vives et de mouvements. Le support *LYDEC & vous* préfère des dessins colorés, humoristiques et chaleureux. Ce discours s'articule autour d'un concept clé : le conseil.

Par exemple, les rubriques de *L'eau & vous* sont intéressantes: *c'est le moment de…, les bons gestes, le saviez-vous, les bonnes raisons de…* ou encore les *vrai ou faux*. *L'eau & vous* propose un modèle de comportement donné sous le mode de l'inclusion par l'utilisation du *nous* dans la rubrique *de vous à nous* et la déclinaison des rubriques du magazine à la première personne *ma région et l'eau, ma forme et l'eau*, etc. Le support a aussi recours à l'emploi de la deuxième personne du pluriel, (*simplifiez-vous, votre écoute*), inclusive, et s'adressant à un récepteur à la fois collectif (deuxième personne du pluriel) et un récepteur individuel (forme de politesse).

Par le *nous* / *vous* et une conjugaison à l'impératif et au présent, *L'eau & vous* est écrit dans un style qui immerge le lecteur, s'adresse à lui et l'implique dans les propos tenus. Le discours s'impose comme celui d'un expert, d'une instance émettrice d'un savoir que l'on ne peut contester de par ses interviews d'experts reconnus, l'utilisation de chiffres ou la citation des sources d'information utilisées. Il mélange une attitude protectrice qui s'apparente à celle de la mère ou de la grand-mère, et une attitude complice semblable au registre des magazines féminins.

La notion de geste est un autre pivot dans la mise en pratique de ce discours. Le geste, selon le dictionnaire, est une attitude ou pratique qui consiste à s'approprier des moyens liés à l'usage de matériaux, d'outils, de supports. Dans la lignée des «gestes pour l'environnement» ou des «gestes pour la planète», les gestes de *L'eau & vous* et *LYDEC & vous* utilisent le même registre reprenant ce terme à comprendre comme un acte créateur, une action morale proche de l'expression, *faire un bon geste*.

Dans *LYDEC & vous* par exemple, les gestes et conseils s'imposent au nom de la sécurité de l'utilisateur et pour son intérêt, celui de la facture. Dans un contexte où LYDEC est très critiquée pour le prix de l'eau, *LYDEC & vous* propose des gestes, des pratiques pour limiter sa consommation, traquer les fuites et surveiller son compteur. Elle propose également un service de réparation des fuites pour contrer l'utilisation inutile d'une ressource rare. Au Maroc, la préciosité de l'eau est un enjeu majeur. Face aux aléas pluviométriques et à une situation proche du stress hydrique, les gestes contre le gaspillage sont moteurs d'une responsabilité assumée et pratique de l'entreprise LYDEC.

D'une manière plus globale, les conseils de *L'eau & vous* ou *LYDEC & vous* deviennent un modèle de vie. Ils sont clairement adressés à la femme dans le cas de *L'eau & vous* et entrent en cohérence avec d'autres supports comme par exemple, *L'eau, petites astuces et bons conseils*. Ce livret propose *53 tuyaux et bons conseils pour mieux la consommer*, où l'univers graphique est celui de la maison et de la femme. Dans ce guide, les conseils donnés, sont à la fois des indications relatives à la consommation d'eau, des conseils maison et des conseils liés à des aspects quotidiens de la vie:

> Après un week-end d'absence, ouvrez le robinet quelques minutes pour éliminer l'eau qui a stagné.
>
> Ces derniers dépassent les prérogatives du distributeur d'eau et s'invitent dans la sphère privée à travers des conseils cuisine, pour bébé ou pour le bricolage de la maison.
>
> Votre mayonnaise est ratée ? Vous pouvez la rattraper ! Elle a tourné parce que la mayonnaise est une émulsion entre l'eau contenue dans l'œuf et dans l'huile, l'œuf ne fournit plus le volume nécessaire d'eau. Il suffit de rajouter quelques gouttes d'eau et c'est gagné!

Ce module pédagogique à la portée de la ménagère entre en concordance avec le style choisi par *L'eau & vous* jouant davantage sur le registre de l'ordre indirect, d'une instruction amicale.

> L'été nous *enseigne* les **valeurs** de l'eau. Alors, *agissons* !
>
> Le froid arrive. Quelques *précautions* pour passer l'hiver en toute *sécurité*.
>
> Revoici les frimas hivernaux : *dépêchez*-vous de mettre de l'eau sur le feu !
>
> Attention danger ! Votre désir d'améliorer votre confort thermique en hiver ne *doit pas vous faire oublier*...

Ces conseils indiquent des valeurs relatives à l'eau qui prônent le bien-être et autorisent l'introduction dans la sphère privée sous la forme du conseil de l'expert ou de l'ami avisé. *L'eau & vous* est beaucoup plus incisif dans son discours que *LYDEC & vous* dont le principal motif d'intervention est la facture. L'analyse permet toutefois de souligner que Lyonnaise des Eaux et LYDEC se positionnent comme ayant le savoir et la connaissance à travers un support liant, jouant la carte de la proximité, (*Guide du rédacteur en chef de l'Eau & Vous*. 2005. Paris : Lyonnaise des Eaux), jouant la carte de l'ami, une sorte d'allié conseil à qui il vaut mieux obéir.

Conclusions

Dans le processus de mise en visibilité de l'entreprise SUEZ se retrouve les trois caractéristiques de l'émergence d'un acteur sur la sphère publique telles que les définit N. d'Almeida. Tout d'abord, le processus est envisagé comme un creuset de médiations, un lieu de médiatisation, d'affirmation de soi. La sphère publique est en effet, un lieu où s'exerce la raison comme l'entend J. Harbermas et l'environnement joue parfaitement le rôle d'objet controversé, fluctuant, se construisant et construisant l'espace public. Pour l'acteur privé, l'environnement appelle à cette médiation, cet échange et cette communication élargie qu'il se réapproprie. Deuxième caractéristique,

> le processus est *agonistique* : il suppose à la fois une rivalité et en même temps participe de cette rivalité qu'il amplifie. Il reproduit et aiguise sur le plan de la communication, l'hyperconcurrence qui règne sur les marchés et dans le système médiatique.
>
> (Almeida 2000)

La mise en concurrence entre alter mondialistes et entreprises alimente le discours environnemental sur la sphère médiatique qui alimente ces conflits sur la sphère publique. Sur l'espace public, le processus est *taxinomique* c'est-à-dire qu'il oriente et sélectionne « des représentations, des jugements, voire des comportements » (Almeida 2000). Cette discursivité qui valorise un modèle d'exercice d'une citoyenneté au nom de l'environnement, est légitimée par la valeur morale portée par l'environnement.

Ce modèle de vie au nom de l'eau / environnement est décliné au nom de la responsabilité de tous que H. Jonas identifie comme un impératif inconditionnel donné aux hommes, celui de « préserver leur existence pour l'avenir » (Jonas 1990 : 14). Il s'impose comme un rite, un processus communicationnel qui promeut

> une attitude de transparence, de dialogue, de pragmatisme, de sincérité, etc. jusqu'à faire de tout énoncé un support de marque très particulier.
>
> (Jeannerêt 2003)

Cette marque est celle d'une communication environnementale qui incarne un renouveau responsable auquel la sphère publique doit s'adapter. L'environnement est pourtant l'occasion d'une pénétration de l'acteur privé dans la sphère publique et privée au nom de la responsabilité. Cette prise de parole construit sa visibilité sur une communication institutionnelle définissant clairement une nouvelle place, un nouveau rôle et un statut que l'acteur économique doit occuper sur l'espace public. Dans le cas de SUEZ, elle articule une visibilité de groupe dotée d'une identité visuelle en cohérence avec sa visibilité «conceptuelle» autour de son slogan, « vous apporter l'essentiel de la vie ».

Cette implication de l'acteur privé ramène au principe de publicité identifié par Habermas. Il interroge sur un choix de conception des sociétés actuelles et du débat public. Il questionne les modalités du vivre ensemble comme les modalités de l'exercice de la raison sur l'espace public. Derrière un modèle de citoyenneté auquel les acteurs doivent se conformer, l'environnement suppose une action qui « caractérise la responsabilité actuelle et dont se dégage le thème final de l'utopie » (Jonas 1990 : 14). Une utopie où la publicité environnementale s'exerce comme un objet discursif porteur d'un nouvel ordre social et économique tout en peinant à dépasser son statut d'idéal et à s'imposer tant dans le discours que dans les actions concrètes.

Notes

[1] Conférences sur l'alimentation (Rome, 1974), la population (Bucarest, 1974), les femmes (Mexico, 1975), la désertification (Nairobi, 1977), l'eau (Mar del Plata, 1977), etc.

[2] Formation du Club de Rome en 1968 suivi du Rapport Meadows publié en 1972.

[3] Brochures clientèle, institutionnelles et pédagogiques constituant la communication externe des deux filiales depuis 2000.

[4] Rio de Janeiro, 1992 (Conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement) ; Noordwijk, 1994 (Conférence ministérielle sur l'eau potable et l'assainissement) ; Marrakech, 1997 (1er Forum mondial de l'eau) ; Paris, 1998 (Conférence Internationale sur l'Eau et le Développement Durable) ; La Haye, 2000 (2ème Forum mondial de l'eau) ; Bonn, 2001 (Conférence internationale sur l'eau douce) ; Johannesburg, 2002 (Sommet mondial sur le développement durable) ; Kyoto, 2003 (3ème Forum mondial de l'eau) ; 2003: année de l'eau douce; 2005-2015 : Décennie internationale d'action « l'eau source de vie » ; Mexico, 2006 (4ème Forum mondial de l'eau).

[5] Le Caire, 1994 (Conférence internationale des Nations Unies sur la population et le développement) ; Copenhague, 1995 (Sommet mondial pour le développement social) ; Beijing, 1995 (4ème Conférence mondiale des Nations Unies sur les femmes) ; 2000 : ONU 23ème Session. Beijing +5. 2004 : Commission sur le statut de la femme, 48ème session. 2004 : XI Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (UNCTAD) Sao Paulo ; 2005 : Commission sur le statut de la femme, 49ème session.

[6] *Code général des collectivités territoriales consacrée aux services publics à caractère industriel et commercial*, France.

Références et bibliographie

ADORNO, T. & M. HORKHEIMER. 1983. *La dialectique de la raison*. Paris : Gallimard.
ALMEIDA (d'), N. 2000. Introduction à la problématique de la visibilité. Conférence, *Travaux du GRIPIC*, 23 février, CELSA, France.
BOURG, D. 1996. *Les scénarios de l'écologie. Débat avec Jean-Paul Deléage*. Paris : Hachette (Questions de société).
BISWAS, A. K. 2004. From Mar del Plata to Kyoto: an analysis of global water policy dialogues. In *Global Environmental Change, Part A* **14**: 81-88.
BOURG, D. 2006. *Environnement et entreprise : en finir avec les discours*. Paris : Pearson Education France.
CANS, R. 1994. *La bataille de l'eau*. Paris : Le Monde éditions.
FERRY, L. 1992. *Le nouvel ordre écologique*. Paris : Grasset.
JEANNERÊT, Y. 2003. L'environnement comme espace de discours. Conférence, *Enjeux et acteurs de la communication environnementale et du développement durable*, 4 juin, CELSA, France.
JONAS, H. 1990. *Le principe de responsabilité*. Paris : Editions du Cerf.
JOLLIVET, M. 2001. Le Développement Durable, notion de recherche et catégorie pour l'action. Canevas pour une problématique hybride. In M. Jollivet, *Le développement durable, de l'utopie au concept*. Paris : Elsevier.
JOUVENEL (de), B. 1968. *Essai sur le mieux-vivre*, Paris : Gallimard.
HIRSCHMAN, A. O. 1970. *Prise de parole et défection*. Paris : Fayard.
HIRSCHMAN, A. O. 1993. *Un certain penchant pour l'auto-subversion*, Paris : Fayard.
HABERMAS, J. 1970. *L'espace public*. Paris : Critique de la politique, Payot.
JALENQUES-VIGOUROUX, B. 2006. *Dire l'environnement, le métarécit en question*. Thèse d'Etat, Paris IV Sorbonne - CELSA.
MAIGRET, E. 2003. *Sociologie de la communication et des médias*. Paris : Armand Colin.
MESTRALLET, G. 2001. La vraie bataille de l'eau. In *Le Monde*, 26 octobre.
RAHAMAN, M. M. & O. VARIS. 2005. Integrated water resources management: evolution, prospects and future challenges. In *Sustainability: Science, Practice, & Policy*, **1 (1)**: 15-21.
SALAÜN, E. 2004. 50 questions sur : les services publics de l'eau et de l'assainissement. In *Le Courrier des Maires*, septembre : 101-114.
TIXIER, M. 2005. Communiquer sur un concept flou. In M. Tixier, *Communiquer sur le Développement Durable* : 5-22. Paris : Editions d'Organisation
ZÉMOR, P. 1995. *La communication publique*. Paris : Presse Universitaires de France.

Résumé

L'environnement est l'enjeu d'aujourd'hui, l'enjeu de demain. A l'heure des phénomènes climatiques marquants et impressionnants comme les tornades, sécheresses, inondations récentes ou encore, la pression sur les ressources qui se traduit par une augmentation du prix des matières premières ; le public ouvre sa sensibilité à l'objet «environnement». Le succès par exemple, du pacte écologique de Nicolas Hulot ou l'engouement autour du film d'Al Gore montre un réveil de l'opinion publique aux questions environnementales. Sur cet espace de discours, plusieurs acteurs ont été les premiers à s'approprier les tenants du discours «environnement» s'imposant comme référence ou acteur incontournable notamment les entreprises qui, à travers la responsabilité sociale économique ou le développement durable, se sont affirmées comme acteur porteur d'une citoyenneté modèle.

A travers l'analyse comparée de deux discours d'entreprises du groupe SUEZ, une multinationale française distribuant l'eau dans plusieurs pays du monde, il s'agit d'interroger en quoi l'environnement est un nouveau discours surgissant et construisant l'espace public à modifier les modalités de prises de parole de chacun des acteurs. Plus particulièrement est interrogée la pénétration de l'espace public par l'entreprise privée au nom d'un discours «environnement», un discours porteur d'une nouvelle conception de société au nom de la protection de la Nature, de la préservation des ressources. L'intrusion de l'acteur privé sur la sphère publique et privée suscite questionnements, conflits et consensus dans le cadre discursif et communicationnel de l'environnement.

L'approche comparative de deux pays et deux cultures révèle un processus de mise en visibilité de l'entreprise, un lieu de médiatisation où elle propose une certaine citoyenneté qui questionne les modalités du vivre-ensemble ainsi que les limites de l'espace privé, public et citoyen au nom d'une «cause» aussi importante que celle de la protection de l'environnement.

Summary
The earth is at stake for today and tomorrow. While facing climatic disorders like tornados, dryness, floods or the rise of prices of petrol, steel or other raw materials, the public is becoming more aware of ecological risks. The success in France of the "Ecological Pact" initiated by Nicolas Hulot or the worldwide interest for Al Gore's movie has shown a growing public concern for environmental causes. If regarding the public sphere, more and more actors are involved with environment particularly the private sector, one of the first to speak of environmental issues especially through the Economic and Social Responsibility principles or Sustainable Development. Therefore private companies became examples and representatives of a "model citizenship".
Through the comparative analysis of two discourses from two subsidiaries of SUEZ, a French multinational distributing water worldwide, we want to question how environment can be seen as a new discourse interfering and building the public sphere by modifying discourses and disputes' modalities and rules for each actor. The study will focus and question the growing interference of private companies' speeches in the name of "Nature" or the preservation of resources. This intrusion of the private sectors implies interrogations, conflicts and consensus in the broader discursive and communication context related to environment.
The comparative approach of two countries and two cultures reveals the construction of visibility by private companies. In the public sphere, private companies suggest a new society model drawing new limits for public, private and citizen spheres in order to protect the environment.

4. The importance of integrating a gender approach in water supplies programs: the case of LYDEC in Casablanca.

6th World Wide Workshop for Young Environmental Scientists, Vitry-sur-Seine, France, April 24-27 2007.

Céline Hervé-Bazin*

*GRIPIC, CELSA, University Paris IV Sorbonne, 77, rue de Villiers, 92200 Neuilly-sur-Seine, France. (Email: celinehervebazin@yahoo.fr)

Abstract:

Since the INDH* was launched in 2005, LYDEC** has the obligation to provide water access to 120 000 households in various shantytowns of Casablanca before 2009. To promote the numbers of households connected, LYDEC started a program based on urban methods but also on a social diagnostic. The first results, after one year and half of investigating, planning and implementing new water supplies have shown the importance to ensure the participation of communities in the process and more specifically, to develop participatory methods based on gender approach. In most developing countries, the role played by female users in water and sanitation is predominant and has been proved. The promotion of participatory methods has improved women's awareness of health and hygiene issues related to the use of clean water but also increased their involvement in the public community. In the case of LYDEC, this process has ensured a greater community acceptance of changes and payment related to new water supplies.

*National Initiative for Human Development.
** Lyonnaise des Eaux de Casablanca.

Keywords:
Gender issues; Participatory methods; Shantytowns; Sustainable development; Water access.

INTRODUCTION

On May 18th 2005 in Agadir, His Majesty the King of Morocco Mohamed VI launched a major national initiative and challenge to Morocco: the INDH, the National Initiative for Human Development. Five years after the beginning of his reign, Mohamed VI took a major decision and political stand for the development of his country. In this speech, the King targets poverty and Human Development should therefore promote access to basic goods but also encourage national involvement for Morocco. It is important to underline the choice of the term Human Development; the international public sphere (Habermas, 1970) tends indeed to prefer eco-development, social development and more specially, sustainable development. By Human Development, the royal discourse meant a new model of living and behaving together as a society. The Human Development calls for solidarity, citizenship and conviction. For the King, the two goals are related to Development and Education, one cannot come without the other. However, the first operational step must develop access to basic social goods and equipments for the entire population like health, education, water, electricity, sanitation, etc. The implementation of those basic infrastructures will bring social changes and new ways of life, which usually implied changes of behaviours.

The case of LYDEC in Casablanca

This study will focus on one of the main cities of Morocco: Casablanca, the economic capital. The choice of Casablanca is particularly relevant to consider risks and social changes in the broader context of urban water. This city is facing spontaneous urbanization, growing immigration from rural zones and strong poverty. In 2005, the Wilaya of Greater Casablanca (Figure 1) counted 180 000 households without water and electricity infrastructures (Koulm, 2006). Only 20 000 of these households were legal habitation and 160 000 without any legal existence for the city. At last, 50% of those 180 000 households are in urban area and 50% are in a rural area.

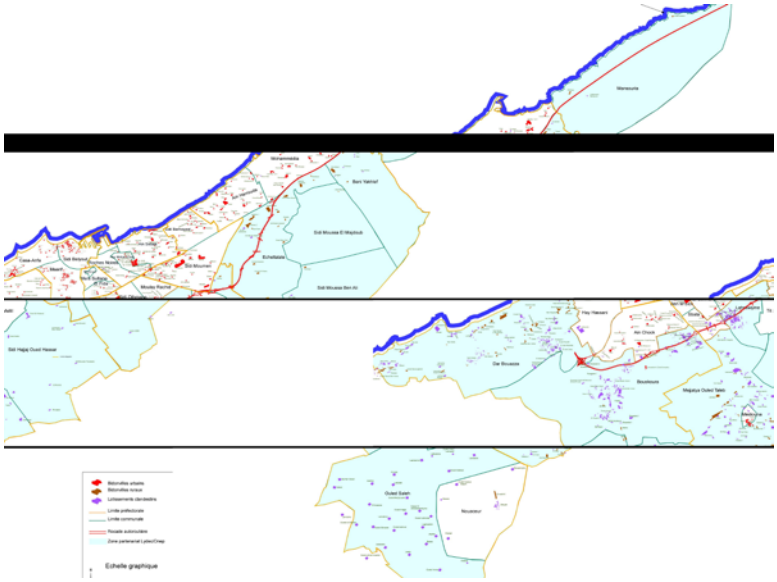


Figure 1: The Wilaya of Casablanca, 180 000 households to connect in 2005.

To promote Casablanca's development, the city has chosen to eradicate illegal households and districts by ensuring their inhabitants water, electricity and sanitation access. LYDEC, Lyonnaise des Eaux de Casablanca, is in charge of distributing and managing water, electricity and sanitation infrastructures since 1997. The city gave therefore the company this responsibility. The public authority wanted both to capitalize on the company previous experience in providing access to basic infrastructures like water and electricity and to benefit from the SUEZ expertise. Indeed, LYDEC is part of SUEZ, a French multinational company delivering services in the fields of electricity, natural gas, water and waste services. The group is divided into two branches, SUEZ Environnement in charge of water and waste services and SUEZ Energy dealing with electricity, gas and energy services.

This study wants to question what is the user's role in the development of water access. It will focus on the women's role at every step of the project from a gender approach. We want to question how important the concept of gender is, how is it understood and applied, if there is any benefit and particularly, if it can ensure a greater community involvement, acceptance of changes and new behaviours.

The Gender Approach

Gender refers to the sexual distinction between male and female. The term refers to a social construct rather than a biological condition. It assums that a vide variety of phenomena have gendered characteristics to identify men and women on social norms in contrary to male and female bodies. Gender also included the different values that carry men and women. Gender supposes therefore a distinct conception of water resources management. The gender approach have been widely used and promoted by the "gender and development" theories starting with the work of E. Boserup first published in 1970 (Boserup, 1970; Moser, 1993; Braidotti R., Charkiewicz E., Hausler S. and Wieringa S. 1994; Benería L. & Bisnath, S. 2001). The gender approach insist on the role of women to international development issues. The 4th World Conference on Women held in Beijing in 1995 was the first international conference to define gender and its impacts in development. It attempted to redefine the ways to reach a better understanding of the gender approach throughout various societies of the world. The purpose of Beijing was to help the gender approach to get operational applications and results. Beijing also accepted the importance of the national situations' diversity: general rules cannot be applied to local contexts, adaptation is key. The important point with Beijing is the definition of an official concept for gender concept and its links with development. Throughout World Conferences from Rio in 1992 to Mexico in 2006, one fact has been accepted, proved and ensured: without women, no development. It has been particularly underlined for the water field.

From this international frame to the local, regional and national development: how gender is really applied and understood? By referring to the gender approach in the case of Casablanca, we want to analyse how deciders and managers integrate the gender concept and more particularly, how male and female users are effectively taken into account at the different stages of urban hydraulics projects ((Allély D., Drevet-Dabbous O., Etienne J., Francis J., Morel à l'Huissier A., Chappé P. and Verdelhan Cayre G., 2002 ; Vézina M., Dabbous O., Désille D., Durany Jacob J. and Etienne J., 2007).

MATERIEL & METHODS

Our study draws conclusion from three different kinds of analysis. First, we took benefit from a qualitative analysis based on interviews, observations in focus groups, meetings and several discussions with deciders, managers, social animators and users who are related to the implementation of water supplies led by LYDEC. This work has been accomplished during two internships at Lyonnaise des Eaux and LYDEC.

Two different sites were chosen to further analyze the methods and projects: (i) in Rmel located in Douar Bouazza in the West of Casablanca and (ii) in Lamkansa in the South of Casablanca close to the highway which draws the limit between urban and peri-urban areas.

For the company, the main difficulty is to cope with property issues. It led INMAE to define three different steps for the water implementation project:

- "Before water" - the company establishes a "picture" of the targeted households. This picture is actually an important urban diagnostic that consists in mapping, listing households and evaluating needs. Before starting building water supplies, property issues must be resolved.
- "Implementing water" - the works start. During the overall period, crisis can occur and the company has to keep the population informed of the stages of the process.
- "After water" - the company wants to ensure the users became clients. It's important that the new clients knew their responsibilities but also the services they can benefit from LYDEC. For the company, it's an important moment to give some basic rules on water uses in order to avoid misuses of the water and sanitation infrastructures.

With this methodology, the company tried to get the community support and the legal authorization to implement and manage water supplies in targeted areas. It also urged LYDEC to further develop ties with the local communities thanks to participatory methods (focus group, animation and daily contact with the community).

The other important method is a bibliographical analysis of the gender literacy based on theoretical books, evaluation reports, articles and methodological guides to gender. This bibliographical analysis has been

completed by interviews with specialists of gender and development theories and more specically with gender and water like the AFD, PSEAU, UNIFEM and UNESCO.
The third method is based on discursive-semiotic approach and analysis of several supports produced by SUEZ Environnement and LYDEC. It also included a text analysis of different discourses and international declarations written on the occasion of international conferences dealing with development or water since 1972 (From Stockholm, the first international conference on environment held in 1972 to the 4th World Water Forum held in Mexico in March 2006).

RESULTS AND DISCUSSION

In 2005, LYDEC took the responsibility to provide water access to 125 000 households without legal existence. The company elaborated a method mostly based on an urban picture and a light social diagnostic. This accompaniment of the implementation of water supplies is led by a program called "water for all" at SUEZ Environnement and INMAE (meaning development in Arabic) at LYDEC. In order to deal with various difficulties, the social unit for implementing water further fosters participatory methods to promote a better community involvement and acceptance of new water infrastructures.

- **A stronger social diagnostic**

The first methodology adapted by LYDEC was to establish a picture of the selected shantytown. This picture consisted in describing habitation types, transportation, current water access (public fountain, water vendors, wells, etc.), sanitation and public infrastructures. The method focused on operational aspects including a general description of the community in terms of consummation habits and needs. It excluded a sociological short portrait of the population composition. This fact can be explained by three factors:

- The importance to establish if water supplies can be physically implemented,
- The importance of legal issues tends to drive LYDEC to focus on relations with political authorities,
- The actual evaluation of the community needs and financial related issues to implement water supplies.

The social diagnostic has however taken more importance due to the previous quoted difficulties. The social diagnostic is therefore a crucial step to get the community confidence and to transform the inhabitants of shantytowns - used to illegal situations - into clients. The social diagnostic is based on participatory methods (that implies for I. Pechell the responsible of the social diagnostic program of INMAE, "to coordinate information, to comprehend inhabitant's needs and to establish confidence by daily contacts with the community resource persons".

- **Identifying community resource persons**

An important step to promote participation and adhesion is to contact key persons within the community. These persons will support LYDEC to better communicate messages to the community. For the social animators, it is particularly important to identify and to get the confidence of the influential men and women of the community. From the two sites experiences, resource persons' profiles have been defined. For the next operations, the social animators will have to contact these persons at first.
In the case of men, resource persons are the "caïd" (the local and political authority), the doctor, the institutor, the "fker" (the religious authority) or the "hajj" (Arabic term for a person who made the pilgrimage to Mecca), elders (traditional authority), responsible(s) of existing association(s).
In the case of women, it is interesting to underline that women's resource persons are the wifes of men's resource persons' profiles, a sort of "female version" of men's typology. To these profiles, the method added the midwife and young women like students who are particularly involved in the community life. It is interesting to emphasize that women are seen as "repetitors". Indeed, to select the wife of a resource person is another way to reach a male resource person. Women got thus a double status; they are "repetitors" and influential persons. Some women have therefore a strong influence in the community life like old women and "hajja" (the feminine term for "hajj").
The distinction made between male and female resource persons shows the integration of a gender approach that is concretely declined by distinct communication supports. Abdelatif Abdarazzak, responsible and social animator for Lamkensa, insisted on the importance to differentiate between men,

women and children “because they don’t have the same center of interests and conception of water managing resources”. This inclusion of gender leads us to question its diffusion and impacts within the water implementation supplies projects.

From top to down: gender’s diffusion and impacts

Gender as a term is not particularly used in the communication supports or in the discourses of the different persons working for the water implementation unit. Mostly, deciders have a strong knowledge of the gender theories and usually worked with specialized agencies like the AFD or the PSEAU. The more we drew to the local scale of the project, the less the “gender” term itself is used even if it’s usually vaguely known. In this part, we’ll present the gender concept from the deciding level to the local implementation of water supplies.

- **Access to water… For women**

First level: SUEZ Environnement. SUEZ Environnement, the water branch of SUEZ pilots the “water for all” program. The “water for all” program is in charge of delivering water and sanitation to unconnected areas where the company has a contract. It deals with shantytowns in urban, peri-urban and rural areas in different regions of the world.

The semio discursive of the Internet website dedicated to “water for all” or the different brochures showed a strong communication on women: pictures, testimonies and impacts conveyed the importance of women in water projects. They are not seen as deciders but direct beneficiaries of the service. For instance, women are considered as a minority like children: "water has important impacts on people’s everyday life: to walk kilometres in order to find it or to spend the day to fill buckets - and therefore not being able to work for women and not being able to go to schools for children" (“Water for all”, SUEZ Environnement, 2006).

The value of the example is also particularly important, women’s testimonies legitimate the taken actions. Free time, new professional activities, education… The impacts are measurable and easy to communicate for the company. This representation led to “biased visions of the project within the company and a reproduction of women traditional roles in the local contexts” explained F. Raoult, the communication manager of SUEZ Environnement. Women are only seen as beneficents of the water new supply like children, they are not seen as actors (Figure 2). This remark questions the understanding of gender at SUEZ, LYDEC and in the two sites of Lamkensa and Rmel.

Visual similar treatment between women and children.

Figure 2: Brochure “Water for all”, SUEZ Environnement, March 2006.

- **The gender conscience**

Second level: the gender diffusion in LYDEC and SUEZ Environnement. It is interesting to note that the term of “gender” is better known in Morocco than in France where the concept is not widespread. Many people know the term but may not know what it means or will have a vague idea of its principles. O. Dabbous from the AFD highlights that the term itself “will be appropriated in function of the local context but also depending on financial backers involved in the project”. It will also depend on “the emotional beliefs related to water” for A. Mathys of SUEZ Environnement. Gender is therefore adapted to the context. For LYDEC, “gender” is not really used but the conscience of women and men’s distinct roles is strong. For Abdelmajid Hilal, responsible and social animator for Rmel, the difference between male and female users exists, “during the preliminary phase in order to establish the social diagnostic, we could see

the differences of perceptions of water supplies expected effects. Women have strong expectations and we have to answer them by providing adequate answers and information". Women's interest - despite the men's reluctance to see women's on the public area – ("they don't want their wife to be taken in picture for instance. We can talk with them but we shouldn't show them…" explained Abdelmajid Hilal) – shows the concrete need to integrate gender in water project and to ensure a correct knowledge of its principles within the company.

- **A local demand**

Third level: the users. The different implementation phases have shown a strong women's interest towards new water supplies. It is a fact that women are in charge of water collection and storage for the family. The water chore is perceived as a waste of time and they expected radical changes from water supplies. Their participation to water management project is however more conflictual. In the cases of Rmel and Lamkensa, women's implication to the project hasn't been a major obstacle, most of men accepted that LYDEC contacted and worked with them. Resource persons however refused mixed focus group which means that water projects don't have the same meaning and consequences depending on gender.
What has been particularly interesting to observe is the strong women's will to be part of the project. They asked several times that LYDEC organized focus groups for them but also for their children. For most women, water supplies is an important change in their everyday life and they are particularly interested by the water cost and the benefit for their children's heath. Pascale Guiffant, part of "water for all" program at SUEZ Environnement declared, "at the local scale, the gender approach is included by itself. The first concerned by water are women, the gender concept is therefore already integrated to the process." The next important step is their education to water and sanitation uses.

Changing behaviours, a gendered gesture

To foster the users' awareness of water issues and uses, INMAE develops information and communication towards future users and new clients. To implement water supplies involves transforming inhabitants' status of the new connected area… The stake for LYDEC is therefore to integrate them as clients in their system. On the operational ground, it means to animate focus groups and campaigns, once again, gendered based. The supports developed by INMAE are based on oral transmission with a written support like short brochures, panels (specially for children) or power point used during focus groups. The communication of INMAE is not yet well structured but already clearly differenciated targets. The method to promote water "good" behaviours is based on three strategic axes.

- **How to use water and sanitation**

The introduction to water uses implies a presentation various issues tackled by the social animator mostly during focus groups. First message, the water and health links. This particular part will further develop the different illness caused by unclean water and how to avoid its transmission with simple habits (Figure 3).

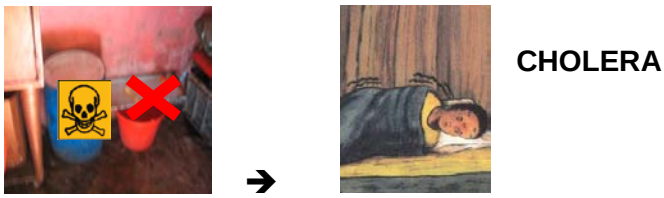


Figure 3: A simple schema to explain water and health links.

The second message will focus on waste. It will introduce simple gestures to avoid abusive use of water even if the targeted population will usually not exceed a monthly consummation of 6m^3. The gesture to avoid waste will usually be present as a way to limit excessive bills, a strong argument to convince the target. The last message is related to sanitation and inadequate utilization of used water pipes. The inhabitants usually have the habits to throw everything in the pipes and will damage the water sanitation network. LYDEC tried to change this behaviour with some difficulties. It implies a long-term work and involvement of the company to reach responsible behaviours.
This part of the message will particularly be highlighted during women's focus groups because they are considered as more interested by these aspects. They usually asked "more accurate questions on water

uses than men and seek ways to get rid of water chores. Both men and women are interested by these aspects but women will be the first affected by water changes " observed Morad Belmine, social animator at Lamkensa.

- **The water cost and price**

The water cost of implementing water supplies is evidently essential to the company. Cost and price are a very delicate matter for these inhabitants who lived in shantytowns with very low incomes. LYDEC has therefore to present investment cost, new infrastructures and changes brought by water access. Women and men are both strongly interested by water price and payment. The administrative steps and ways of paying bills would usually equally interest both sexes. Women however will also have a greater interest to limit waste than men. The acceptance of the water cost is necessary before the launch of the works. Social animators of Rmel and Lamkensa all declared that proceeding by the two steps method would ensure a better success and acceptance of changes from the community. They emphasized that resource persons are key to enter the community and to widespread the idea of water access, its impacts and related cost. To convince resource persons or the community, they usually backed their argumentation with a copy of a bill and the official arguments on water price given to clients and medias. To use habitual supports gives a status to a person, which is a simple way to get his respect and confidence, "if you give importance to an inhabitant, he will become a partner"declared Abdellatif Abdarazzak. Discussing water cost is the first step to get water access; discussing water price is the first step to become clients.

- **A shared responsibility**

The last step consists in presenting each one's responsibility. Acting in a contractual context, LYDEC underlines each actor's responsibility. A concrete example will be the damages to water meter. Both parties will ensure the vigilance on its correct working but for instance, LYDEC won't be responsible if the user inadequately touches the infrastructure.

The responsibility is an important part of the discussion and argumentation with the community. With women, LYDEC further develops the mother's responsibility to educate her children but also to adopt simple good gestures. With men, LYDEC will insist on administrative aspects. The rights and duties step is an important stage of the project. To develop responsibility supposes changes of behaviours that are not always easily accepted and actually, taken into account in everyday life. There are not observable differences on this particular point. Men and women would be both preoccupied of impacts for their children or their bills. They would understand the stand of LYDEC and will further discuss accurate aspects of their daily life like coping with rain waters, odours or eventual inundations. The impacts on behaviours can't be mesured at this state of the project.

CONCLUSIONS

This study showed that gender is not really widespread as a term within the company but it's understood as a reality and an actual fact related to water uses. In the case of LYDEC, the diffuse gender conception is declined at a local scale as resulting from women and resource persons' demands. The first wants to be part and is naturally a part of the water implementation projects, the later wants to avoid conflict with inadequate mixed animation campaigns or focus group. This last remark shows that gender is understood but still problematic as a political concept supposing changes of women's status. A gender approach however ensured a greater participation of the community thanks to the "double agent" women status: influential authorities and key "repetitors". Even if gender is not yet a subject of communication, its concrete applications and sucess could lead the top of LYDEC and SUEZ Environnement to further promote the gender approach when implementing water supplies.

ACKNOLEGDMENTS

The author would like to thank the different persons met at SUEZ, SUEZ Environnement, Lyonnaise des Eaux and LYDEC but also at the AFD, PSEAU, UNIFEM and UNESCO.

REFERENCES

Allély D., Drevet-Dabbous O., Etienne J., Francis J., Morel à l'Huissier A., Chappé P. and Verdelhan Cayre G. (2002). *Water, gender and sustainable development. Lessons learnt from French co-operation in sub-Saharan Africa.* Paris: Collection Etudes et Travaux, Editions du Gret.

Atemo Lidonde R., Jong D. (de), Barot N. , Shamsun Nahar B., Maharaj N. and Derbyshire H. (2002), *Advocacy Manual for Gender and Water Ambassadors*, Gender and Water Alliance, WEDC, Loughborough University, Leicestershire, UK.

Benería L. & Bisnath, S. 2001. Gender and development: theorical, empirical and pratical approaches. Northampton: Edward Elgar Publishing Inc.

Boserup, E. 1970. Woman's Role in Economic Development. London: G. Allen & Unwin Ltd.

Braidotti R., Charkiewicz E., Hausler S. and Wieringa S. 1994. Women, the environment and sustainable development. Toward a theoretical synthesis. London: Zed Books Ltd.

Collignon B., Couilliot M.-C., Crépin X., Duchemin J.-P., Elong M'Bassi J.-P., Grondin P.-M., Le Bris E., Le Jallé C., Morel à l'Huissier A. and Thu Thy T. (1999) *Water supply and sanitation in peri-urban and small centres.* Paris: PSEAU.

Commission on Sustainable Development (2004). *A Gender Perspective on Water Resources and Sanitation*, Background paper NO.2 DESA/DSD/2005/2, Interagency Task Force on Gender and Water, New York, USA.

Gender and Water Alliance (2003), *Gender perspectives on Policies in the Water Sector*, The Gender and Water Development Report, WEDC, Loughborough University, Leicestershire, UK.

Habermas, J. 1970. L'espace public. Paris : Critique de la politique, Payot.

Koulm G. (2006) *L'accès à l'eau et à l'assainissement dans les quartiers défavorisés de Casablanca : contexte de l'INDH.* Studies validation project, Département Ville Environnement Transport, Ecole Nationale des Ponts et Chaussées.

Moser, C. 1993. Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training. London and New York: Routledge.

Vézina M., Dabbous O., Désille D., Durany Jacob J. and Etienne J. (2007) La prise en compte du genre dans les projets d'adduction d'eau potable en milieux rural et semi-urbain. Guide méthodologique. Paris: PSEAU.

5. GENDER AND PRIVATE COMPANIES IN WATER SUPPLIES PROGRAMS, CASE OF LYDEC IN CASABLANCA

UNESCO-IHP Symposium, Paris, 12-14 September 2007

C. Hervé-Bazin[1]

(1) CELSA, 77 rue de Villiers 92200 Neuilly sur Seine, France, email: celinehervebazin@yahoo.fr

ABSTRACT

Since the INDH was launched in 2005, LYDEC has the obligation to provide water access to 180 000 households in various shantytowns of Casablanca before 2009. To promote the numbers of households connected, LYDEC started a program based on a traditional urban and technical diagnostic methods but also on a social diagnostic. The first results, after one year and half of investigating, planning and implementing new water supplies have shown the importance to ensure the participation of communities in the process and more specifically, to develop participatory methods based on gender approach. In most developing countries, the role played by female users in water and sanitation is predominant and has been proved. In the case of LYDEC, the promotion of participatory methods wanted to improve women's awareness of health and hygiene issues related to the use of clean water but also to increase their involvement in the public community. The methodology adapted included a gender distinction and a gendered posture limitating women as being beneficents and repetitors.

Key words: Gender theories; Participatory methods; Shantytowns; Sustainable development; Water access.

1. INTRODUCTION

1.1. Access to basic goods in Morocco: the INDH

On May 18th 2005 in Agadir, His Majesty the King of Morocco Mohamed VI launched a major national initiative and challenge to Morocco: the INDH, the National Initiative for Human Development. Five years after the beginning of his reign, Mohamed VI took a major political stand for the development of his country with the INDH. It is important to underline the choice of the term Human Development; the international public sphere (Habermas, 1970) tends indeed to prefer eco-development, social development and more specially, sustainable development. By Human Development, the royal discourse meant a new model of living and behaving together as a society. The Human Development calls for solidarity, citizenship and conviction.

More concretly, the King targets the eradication of poverty by ensuring access to basic goods for all. Such implementation of those basic infrastructures will bring major social changes like a better health, access to education or improvement of women's status. Women are considered as direct beneficient from economic and social developpement. Programs targeting the promotion of development should therefore include a gender approach (Boserup, 1970).

1.2. A Gender perspective

Gender refers to the sexual distinction between male and female. The term refers to a social construct rather than a biological condition. It assums that a vide variety of phenomena have gendered characteristics to identify men and women on social norms in contrary to male and female bodies. Gender also included the different values that carry men and women. Gender supposes therefore a distinct conception of water resources management. The gender approach have been widely used and promoted by the "gender and development" theories starting with the work of E. Boserup first published in 1970 (Boserup, 1970; Moser, 1993; Braidotti R., Charkiewicz E., Hausler S. and Wieringa S. 1994; Benería L. & Bisnath, S. 2001). The gender approach insists on the role of women to international development issues.

The 4th World Conference on Women held in Beijing in 1995 was the first international conference to define gender and its impacts in development. It attempted to redefine the ways to reach a better

understanding of the gender approach throughout various societies of the world. The purpose of Beijing was to help the gender approach to get operational applications and results. Beijing also accepted the importance of the national situations' diversity: general rules cannot be applied to local contexts, adaptation is key. The important point with Beijing is the definition of an official concept for gender concept and its links with development. Throughout World Conferences from Rio in 1992 to Mexico in 2006, one fact has been accepted, proved and ensured: without women, no development. It has been particularly underlined for the water field.

From this international frame to the local, regional and national development: how gender is really applied and understood? By referring to the gender approach in the case of LYDEC in Casablanca, we want to analyse how deciders and managers integrate the gender concept and more particularly, how male and female users are effectively taken into account at the different stages of urban hydraulics projects ((Allély D., Drevet-Dabbous O., Etienne J., Francis J., Morel à l'Huissier A., Chappé P. and Verdelhan Cayre G., 2002 ; Vézina M., Dabbous O., Désille D., Durany Jacob J. and Etienne J., 2007).

1.3. Case study : LYDEC in Casablanca

This study will focus on one of the leading company of Morocco: LYDEC. LYDEC, Lyonnaise des Eaux de Casablanca, is in charge of distributing and managing water, electricity and sanitation infrastructures since 1997. The city and LYDEC have signed a contractual relationship that are usually tailored to each individual local authority, whereby it retains complete control in order to provide consumers with the best possible service. By signing with LYDEC, the Moroccan public authority wanted both to capitalize on the company previous experience in providing access to basic infrastructures like water and electricity and to benefit from the SUEZ expertise. Indeed, LYDEC is part of SUEZ, a French multinational company delivering services in the fields of electricity, natural gas, water and waste services. The group is divided into two branches, SUEZ Environnement in charge of water and waste services and SUEZ Energy dealing with electricity, gas and energy services. LYDEC is the only SUEZ company based in Morocco and was the first company to sign such a contractual relationship in Morocco.

The choice of Casablanca is also particularly revelant to consider risks and social changes in the broader context of urban water. This city is facing spontaneous urbanization, growing immigration from rural zones and strong poverty. In 2005, the Wilaya of Greater Casablanca counted 180 000 households without water and electricity infrastructures (Koulm, 2006). Only 20 000 of these households were legal habitation and 160 000 without any legal existence for the city. At last, 50% of those 180 000 households are in urban area and 50% are in a rural area.

Since the launch of the INDH, LYDEC and the Wilaya of Greater Casablanca have signed a new convention enlarging LYDEC's prerogatives to further develop access to basic goods. Since 2005, LYDEC has the responsibility to connect 180 000 households to water, electricity and sanitation, and created a dedicated department called INMAE, development in arabic. Various sites have already benefited from this program. Two different sites were chosen to further analyze the methodology of LYDEC: (i) in Rmel located in Douar Bouazza in the West of Casablanca and (ii) in Lamkansa in the South of Casablanca close to the highway which draws the limit between urban and peri-urban areas. Both sites ("douar" in arabic) are extremely poor, illegal settlements and characterized by unemployement. They represent 214 and 295n households.

2. OBJECTIVES

This study has two objectives:

(1) to question from a gender approach, what is the user's role in water access program of private company like LYDEC. It will focus on the women's image, role and integration in the project and methodology.

(2) to determine how the concept of gender is perceived, understood and applied within the program and the company communication.

3. RESULTS

3.1. Coping with the local reality

To cope with its new obligations, LYDEC adopted a methodology based on a general "picture" of the selected shantytown. This "picture" consisted in describing habitation types, transportation, current water access (public fountain, water vendors, wells, etc.), sanitation and public infrastructures. The method focused on operational aspects including a general description of the community in terms of consummation habits and needs. It excluded a sociological short portrait of the population composition. This fact can be explained by the importance to first establish if water supplies can be physically implemented but also to evaluate the community needs and financial issues related to the new water supplies.

The main and most predominant first issue LYDEC had to deal with is the legal issues which need to be solved with the political authorities. To obtain the community adhesion and support to get the authorization both with the authorities and with owners; LYDEC further developped ties with the local communities thanks to a stronger social diagnostic.

The social diagnostic is a crucial step to get the community confidence and to transform the inhabitants of shantytowns - used to illegal situations - into clients. The social diagnostic is based on participatory methods which suppose regular focus groups, information meetings and daily contact with the community. For I. Pechell, in charge of the social accompaniement of the community for INMAE, the main issue is "to coordinate information, to comprehend inhabitant's needs and to establish confidence by daily contacts with the community resource persons". The social diagnostic is based on three different steps for the water implementation project:

(1) "Before water", a step during whicht the company establishes a "picture" of the targeted households. This picture is actually an important urban diagnostic consisting in mapping, listing households and evaluating needs. Before starting building the second phase, property issues must be resolved and the community must adhere to the project.

(2) "Implementing water", an etap the works start. During the overall period, crisis can occur and the company has to keep the population informed of the stages of the process.

(3) "After water" - the company wants to ensure the users became clients. It's important that the new clients knew their responsibilities but also the services they can benefit from LYDEC. For the company, it's an important moment to give some basic rules on water uses in order to avoid water and sanitation infrastructures misuses.

With this methodology, the company developped an expertise in social accompaniement and better coped with the strong local demand asking for more participation into the implementation program.

3.2. A local demand for participation

The different implementation phases have shown a strong women's interest towards new water supplies. It is a fact that women are in charge of water collection and storage for the family. The water chore is perceived as a waste of time and they expected radical changes from water supplies. Their participation to water management project is however more conflictual.

In the cases of Rmel and Lamkensa, women's implication to the project hasn't been a major obstacle, most of men accepted that LYDEC contacted and worked with them. Resource persons however refused mixed focus group which means that water projects don't have the same meaning and consequences depending on gender.

What has been particularly interesting to observe is the strong women's will to be part of the project. They asked several times that LYDEC organized focus groups for them but also for their children. For most women, water supplies is an important change in their everyday life and they are particularly interested by the water cost and the benefit for their children's heath. Pascale Guiffant, part of "water for all" program at SUEZ Environnement declared, "at the local scale, the gender approach is included by itself. The first concerned by water are women, the gender concept is therefore already integrated to the process". The information on health and hygiene issues showed how the private company indeed "already integrated" a gendered posture and messages.

3.3. Information to community: a gendered posture

To foster the users' awareness of water issues and uses, INMAE developed information and communication towards future users and new clients on hygiene, health, sanitation or price and cost. The supports developed by INMAE are gendered based and adapted to the context with few written supports that accompany the meetings or the focus groups. The communication of INMAE is not yet well structured but already clearly differenciated targets. It conveyed a certain image of the household and the task repartitions limitating a possible evolution of the women's status.

In the case of messages on health, for instance, the educationnal role of women is strenghtened. The various issues tackled by the social animator will usually develop the different illness caused by unclean water and how to avoid its transmission with simple habits. LYDEC will insist on the mother's responsibility to educate her children but also to adopt simple good gestures because women are considered as more interested by these aspects. They usually asked "more accurate questions on water uses than men and seek ways to get rid of water chores. Both men and women are interested by these aspects but women will be the first affected by water changes " observed Morad Belmine, social animator at Lamkensa.

Related to hygiene, issues like sanitation and waste will also be the occasion to introduce simple gestures to avoid abusive use of water even if the targeted population will usually not exceed a monthly consummation of $6m^3$. The gesture to avoid waste will usually be presented as a way to limit excessive bills, a strong argument to convince the target as women and men are both strongly interested by water price and payment. The administrative steps and ways of paying bills would usually equally interest both sexes; women however have a greater interest to limit waste than men. For the social animators, to change behaviors regarding waste and sanitation suppose raising women's awareness of those issues. They are perceived as the first actor of the households who can actually integrate changes in their everyday life.

4. DISCUSSION

4.1. The Gender diffusion within the company

Gender as a term is not used in the communication supports or in the discourses of the different persons working for the water implementation unit. Mostly, deciders have a strong knowledge of the gender theories and usually worked with specialized agencies like the AFD or the PSEAU. It is important to underline that the more we drew to the local scale of the project, the less the "gender" term itself is used even if it's usually vaguely known.

The semio discursive of the Internet website dedicated to "water for all" (the program that promote access to basic goods in the SUEZ group) or the different brochures showed a strong communication on women: pictures, testimonies and impacts conveyed the importance of women in water projects. They are not seen as deciders but direct beneficiaries of the service. For instance, women are considered as a minority like children: "water has important impacts on people's everyday life: to walk kilometres in order to find it or to spend the day to fill buckets - and therefore not being able to work for women and not being able to go to schools for children" ("Water for all", SUEZ Environnement, 2006).

The value of the example is also particularly important, women's testimonies legitimate the taken actions. Free time, new professional activities, education… The impacts are measurable and easy to communicate for the company. This representation led to "biased visions of the project within the company and a reproduction of women traditional roles in the local contexts" explained F. Raoult, the communication manager of SUEZ Environnement. Women are only seen as beneficents of the water new supply like children, they are not seen as actors (Figure 1). This remark questions the understanding of gender at SUEZ, LYDEC and in the two sites of Lamkensa and Rmel.

Figure 2: Brochure "Water for all", SUEZ Environnement, March 2006.
Visual similar treatment between women and children.

4.2. The Gender Conscience

It is interesting to note that the term of "gender" is better known in Morocco than in France where the concept is not widespread. Many people know the term but may not know what it means or will have a vague idea of its principles. O. Dabbous from the AFD highlights that the term itself "will be appropriated in function of the local context but also depending on financial backers involved in the project". It will also depend on "the emotional beliefs related to water" for A. Mathys of SUEZ Environnement. Gender is therefore to adapt to the context.

For LYDEC, the term "gender" is not used but the conscience of women and men's distinct roles is strong. For Abdelmajid Hilal, responsible and social animator for Rmel, the difference between male and female users exists, "during the preliminary phase in order to establish the social diagnostic, we could see the differences of perceptions of water supplies expected effects. Women have strong expectations and we have to answer them by providing adequate answers and information". Women's interest - despite the men's reluctance to see women's on the public area – ("they don't want their wife to be taken in picture for instance. We can talk with them but we shouldn't show them…" explained Abdelmajid Hilal) – shows the concrete need to integrate gender in water project and to ensure a correct knowledge of its principles within the company.

4.3. Perception of women: "Key Repetitors"

An important step to promote participation and adhesion is to contact key persons within the community. These persons will support LYDEC to better communicate messages to the community. For the social animators, it is particularly important to identify and to get the confidence of the influential men and women of the community. From the two sites experiences, resource persons' profiles have been defined. For the next operations, the social animators will have to contact these persons at first.

In the case of men, resource persons are the "caïd" (the local and political authority), the doctor, the institutor, the "fker" (the religious authority) or the "hajj" (Arabic term for a person who made the pilgrimage to Mecca), elders (traditional authority), responsible(s) of existing association(s).

In the case of women, it is interesting to underline that women's resource persons are the wifes of men's resource persons' profiles, a sort of "female version" of men's typology. To these profiles, the method added the midwife and young women like students who are particularly involved in the community life. It is interesting to emphasize that women are seen as "repetitors". Indeed, to select the wife of a resource person is another way to reach a male resource person. Women got thus a double status; they are "repetitors" and influential persons. Some women have therefore a strong influence in the community life like old women and "hajja" (the feminine term for "hajj").

The distinction made between male and female resource persons shows the integration of a gender approach. This distinction is also concretely declined in the different communication supports. Abdelatif Abdarazzak, responsible and social animator for Lamkensa, insisted on the importance to differentiate between men, women and children "because they don't have the same center of interests and conception of water managing resources".

5. CONCLUSIONS

This study showed that gender is not really widespread as a term within the company but it's understood as a reality and an actual fact related to water uses. In the case of LYDEC, the diffuse gender conception is declined at a local scale as resulting from women and resource persons' demands. The first wants to be part and is naturally a part of the water implementation projects, the later wants to avoid conflict with inadequate mixed animation campaigns or focus group. This last remark shows that gender is understood but still problematic as a political concept supposing changes of women's status. The company seems to limitate its message to a traditional role of women in the households. The gender approach however ensured a greater participation of the community thanks to the "double agent" women status: influential authorities and key "repetitors". Even if gender is not yet a subject of communication, its concrete applications and sucess could lead the top of LYDEC and SUEZ Environnement to further promote the gender approach when implementing water supplies.

6. ACKNOWLEDGEMENTS

The author would like to thank the different persons met at SUEZ, SUEZ Environnement, Lyonnaise des Eaux and LYDEC but also at the AFD, PSEAU, UNIFEM and UNESCO.

7. REFERENCES

Allély D., Drevet-Dabbous O., Etienne J., Francis J., Morel à l'Huissier A., Chappé P. and Verdelhan Cayre G. (2002). *Water, gender and sustainable development. Lessons learnt from French co-operation in sub-Saharan Africa.* Paris: Collection Etudes et Travaux, Editions du Gret.

Atemo Lidonde R., Jong D. (de), Barot N. , Shamsun Nahar B., Maharaj N. and Derbyshire H. (2002), *Advocacy Manual for Gender and Water Ambassadors*, Gender and Water Alliance, WEDC, Loughborough University, Leicestershire, UK.

Benería L. & Bisnath, S. (2001). Gender and development: theorical, empirical and pratical approaches. Northampton: Edward Elgar Publishing Inc.

Boserup, E. (1970). Woman's Role in Economic Development. London: G. Allen & Unwin Ltd.

Braidotti R., Charkiewicz E., Hausler S. and Wieringa S. (1994). Women, the environment and sustainable development. Toward a theoretical synthesis. London: Zed Books Ltd.

Collignon B., Couilliot M.-C., Crépin X., Duchemin J.-P., Elong M'Bassi J.-P., Grondin P.-M., Le Bris E., Le Jallé C., Morel à l'Huissier A. and Thu Thy T. (1999) *Water supply and sanitation in peri-urban and small centres.* Paris: PSEAU.

Commission on Sustainable Development (2004). *A Gender Perspective on Water Resources and Sanitation,* Background paper NO.2 DESA/DSD/2005/2, Interagency Task Force on Gender and Water, New York, USA.

Gender and Water Alliance (2003), *Gender perspectives on Policies in the Water Sector*, The Gender and Water Development Report, WEDC, Loughborough University, Leicestershire, UK.

Habermas, J. (1970). L'espace public. Paris : Critique de la politique, Payot.

Koulm G. (2006) *L'accès à l'eau et à l'assainissement dans les quartiers défavorisés de Casablanca : contexte de l'INDH.* Studies validation project, Département Ville Environnement Transport, Ecole Nationale des Ponts et Chaussées.

Moser, C. (1993). Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training. London and New York: Routledge.

Vézina M., Dabbous O., Désille D., Durany Jacob J. and Etienne J. (2007) La prise en compte du genre dans les projets d'adduction d'eau potable en milieux rural et semi-urbain. Guide méthodologique. Paris: PSEAU.

6. Genre et pratiques judiciaires dans la région de Rabat

Lecture critique selon l'approche genre du chapitre IV : *« Du déroulement des audiences à la section de la Justice de la famille près les tribunaux de première instance de Rabat »*

GREGAM, Casablanca, Maroc, 21 septembre 2007.

Céline Hervé-Bazin[*]

Résumé
Quel est l'impact du Code de la Famille dans le déroulement des audiences de Rabat ? La Moudawana votée en 2004 érige un principe d'égalité qui s'applique par exemple, par l'égal traitement des hommes et des femmes face à la justice dans le cas d'audiences concernant le divorce. A travers une exposition très concrète du déroulement des audiences à Rabat sur les affaires de famille ; le chapitre de Fatima Zohra Boukaissi montre combien l'application du nouveau Code reste encore soumise à de multiples contraintes d'ordre matérielles et d'organisation mais également, liées aux comportements, manque d'information ou croyances erronées.
L'approche « genre » permet de dévoiler le poids de la structure judiciaire et des représentations autant judiciaires, culturelles que traditionnelles qui limitent une appropriation et une application de la Moudawana dans les tribunaux marocains. Code judiciaire qui contraint les comportements par force de loi, ce texte lent à mettre en place par le changement profond qu'il suppose lance une évolution sociétale qui semble se heurter à l'objet même qu'il souhaite transformer : la cellule familiale et sa conception des relations conjugales.
Cette lecture analytique du chapitre de Maître Boukaissi propose une entrée « genre » sur le déroulement des audiences qui souligne l'importance des changements de procédures comme proposé par l'auteure, et de la conception des relations hommes-femmes dans la société marocaine, un objet visé par la Moudawana. En tant que tel, ce chapitre insuffle à la pratique judiciaire le rôle qu'elle doit jouer par des actions et recommandations nées de la réalité pour atteindre cette « égalité de genre » que le livre *Code de la Famille. Perceptions et pratiques*, veut faire avancer dans et pour la société marocaine.

Introduction

Ce chapitre aborde le déroulement des audiences judiciaires à Rabat. Il s'agit d'un aspect très concret de la mise en place de la Moudawana et de l'application des textes judiciaires en général. Il articule de fait, théorie, justice, idée avec pratique, difficultés quotidiennes et représentations et appropriations du Code tant par les membres des professions judiciaires que par le citoyen. Il est issu de l'expérience de son auteure, avocate au Barreau de Rabat, Maître Fatima Zohra Boukaissi.

Pour présenter rapidement ce texte, ce chapitre est découpé en trois parties suivant le processus du déroulement des audiences depuis l'enregistrement de l'action (première section), l'accès au tribunal et aux salles d'audience (deuxième section) et le déroulement des audiences (troisième section). Ces trois descriptions du quotidien judiciaire sont accompagnées de recommandations données par l'avocate afin de faire avancer l'intégration du Code dans les pratiques judiciaires actuelles. Ce chapitre expose la réalité quotidienne des tribunaux de Rabat, Kenitra, Salé et Skhirat-Temara. Il mélange présentation des procédures, description du déroulement des audiences et exemples vécus des couples, hommes et femmes, marocains. A travers ce partage d'une expérience professionnelle, la présentation de Fatima Zohra Boukaissi permet de comprendre les contraintes de la réalité judiciaire au Maroc et de saisir les représentations qui bloquent ou limitent l'application du Code et d'une pratique judiciaire respectueuse du statut de la femme et d'une égalité promise par la Moudawana.

[*] Doctorante en Sciences de l'Information et Communication à Paris IV Sorbonne, CELSA sous la direction de Nicole d'Almeida sur « genre, eau et développement durable », approche comparative de la France et du Maroc. Membre du GREGAM.

Dans la visée plus large de l'ouvrage *Code de la Famile. Perceptions et pratiques*, cet article interroge les changements liés aux impacts du nouveau Code de la Famille adopté en 2004. Plus qu'une réflexion sur les comportements et représentations, cet article prend le parti très pertinent de confronter la réalité, le quotidien avec les principes érigés et attendus par l'adoption de la Moudawana : égalité, égalité dans les relations conjugales, égalité des hommes et des femmes dans l'administration des procédures, égalité de traitement par les représentants de l'organe judiciaire. L'article est donc placé au cœur de la pratique, miroir du changement des comportements et de fait, des mentalités et représentations en circulation dans la société tant sur le principe de justice et d'égalité que sur le statut de l'homme et de la femme et de leurs relations.

La lecture proposée de cet article s'appuie sur l'approche genre. Rappelons que le genre est un concept issu des sciences sociales qui renvoie aux rapports sociaux, aux relations entre hommes et femmes. Il suppose une approche sexo-spécifique de l'ensemble de l'organisation sociale où est déterminé le rôle de l'homme et de la femme en fonction des représentations, comportements, processus qui conduisent à définir l'identité homme et femme. Il suppose également de s'intéresser aux conséquences de ces images et pratiques sur l'identité et les conditions de vie des hommes et femmes. De fait, l'approche genre s'est longtemps attachée à analyser le poids de la structure de la société sur le statut de la femme postulant une domination masculine traditionnelle, incorporée et au fondement du fonctionnement de notre société.

A partir du concept genre, cet article propose une double analyse des pratiques judiciaires qui s'attachent à la description des différences de traitement hommes et femmes au sein de l'Institution et aux poids des traditions qui pèsent sur les demandes et attentes des citoyens de la pratique judiciaire. Cette double superposition de la pratique du judiciaire et du justiciable renvoie l'image, l'appropriation et la pratique des principes proposés par le Code de la Famille. Cette analyse montre combien le texte de loi pose un principe, une théorie, un quasi idéal que les structures, us et coutumes, croyances et pratiques ont du mal à s'approprier malgré la volonté qui peut exister de la part des individus. L'analyse « genre » du déroulement des pratiques judiciaires renvoie au constat de l'émission d'un principe d'égalité de genre porté par une institution ou un groupe d'émetteurs qui se confronte à une conception de genre différente, issue de la réalité, produit de l'usage et des représentations traditionnelles.

1. Approche genre dans les pratiques judiciaires : de la différence de traitement des hommes et des femmes

Ce chapitre décrit très précisément les procédures et les étapes des déroulements des audiences selon le lieu (tribunaux de Rabat, Skhirat-Temara, Kenitra ou Salé) et le cas (divorce par consentement mutuel, pour discorde, par répudiation…). Il s'attache à détailler le poids des contraintes de la structure judiciaire et des conséquences de ces obstacles pour le justiciable. Ces difficultés matérielles révèlent également, une différence de traitement entre les hommes et les femmes du fait de la pratique qui n'a pas encore intégré les principes érigés par le Code de 2004.

- *Les contraintes liées à la structure judiciaire*

Les obstacles relevés par l'auteure sont relatifs à l'adaptation par la structure et impliquent une question de temps et de moyens. Les juges souvent sous pression, ne peuvent gérer les diverses demandes et erreurs des justiciables liées à leur manque de connaissances des rouages de la justice, il ne peut faire dans la « justice sociale » ou « ne peut pas passer son temps à expliquer cette mesure pendant l'audience »[121]. Cela pénalise certaines catégories de personnes et catégories de la société. Les personnes sans éducation ou disposant de peu de ressources sont souvent les premières touchées ; « les justiciables, particulièrement les femmes illettrées et les personnes âgées, tentent d'entrer dans des discussions interminables à tel point que le président de l'audience ne peut plus les écouter »[122].

Le temps est également le facteur d'une gestion difficile des changements demandés par la Moudawana. Les procédures complémentaires ajoutent du travail et de la complexité au système comme le dépôt du dossier pour les cas de divorce ; « les procédures de la justice de la famille étant de nature verbale, le

[121] p. 193.
[122] p. 194.

législateur a conféré aux parties la faculté d'ester en justice sans se faire assister d'un avocat. On est ainsi passé du divorce prononcé directement par l'époux (…) à la comparution des deux époux »[123]. Cette comparution des deux époux offre à la femme le droit de décider de son divorce, elle suppose néanmoins une adaptation de l'instance judiciaire, ce qui n'est pas nécessairement le cas.
Fatima Zohra Boukaissi cite l'exemple d'un manque d'adaptation à la réalité aggravant les difficultés pour la cellule familiale et notamment pour la femme. Les cas choisis relatent principalement des attributions de pension alimentaire ou des conséquences financières et matérielles d'un divorce. Par exemple, la décision d'un juge de reporter l'attribution de la pension alimentaire après la rentrée met une femme demandant le divorce en graves difficultés financières pour subvenir aux besoins de ses filles qui vont à l'école. « Si le président est empêché pour une raison quelconque, les actes restent en instance. Ce qui peut être grave, notamment pour la femme qui a des enfants et qui se trouve sans ressources. »[124]
Les décisions de report peuvent tout autant avoir des conséquences physiques sur la vie des justiciables, « le fait d'augmenter les délais entre les dates d'audience et même retarder la date de la première audience pose des problèmes très compliqués, surtout quand l'épouse est obligée de cohabiter avec un époux autoritaire, parfois violent vis-à-vis d'elle-même et de ses enfants »[125].
Au cœur des problèmes soulevés par l'auteure se place le temps d'adapter les pratiques précédentes qui pèsent encore sur les nouvelles. Une pratique veut, par exemple, que le juge demande aux époux s'ils ne veulent pas décider de se rétracter et de renoncer au divorce. Cette pratique inchangée aujourd'hui révèle l'importance de l'union de la famille au détriment des époux et donc, d'une certaine conception de la famille encore en jeu dans la société marocaine. En dépit de la question de conception du divorce, cette simple question a des conséquences sur la compréhension des droits dont la femme dispose ; « le fait que le juge de paix persistait à essayer de convaincre l'épouse de se rétracter avaient pour conséquence qu'elles ne comprenaient pas bien leur droit au divorce, tel qu'édicté par le législateur »[126].
Le débat causé par les obstacles présentés est le double effet de la lourdeur de la structure judiciaire, lente à changer et des pratiques habituelles qui l'accompagnent. Elle montre également un manque d'information qui porte également préjudice à l'application de la Moudawana.

- ***Le manque d'information***

La compréhension et la connaissance du Code et du déroulement des audiences semblent un objet handicapant pour les deux sexes. Hommes et femmes semblent tous les deux, également démunis dans le cas d'un passage devant la justice. Dans cette perspective, le recours à un avocat ou la demande d'informations au judiciaire peut aider à pallier un défaut de connaissance des procédures. Il est important de noter que cela peut néanmoins mener à de nombreuses usurpations et tromperies dont l'un et l'autre sexe semblent être également des victimes.
Dans le cas de l'accès aux guichets pour déposer ses plaintes, l'auteure montre que « les citoyens se sentent alors lésés ; mais au lieu de s'adresser aux cabinets d'avocats, ils se tournent vers des courtiers prétendument compétents dans le domaine juridique. Ce qui ouvre la voie aux usurpations et à une multitude d'erreurs dans les demandes et les requêtes »[127].
Dans ce contexte, la femme semble être d'avantage défavorisée que l'homme. Le poids des traditions d'une pratique judiciaire où elle n'avait pas sa place l'empêche en effet, d'avoir le réflexe de demander de l'information et devient l'objet de convoitise des esprits mal intentionnés. L'auteure donne l'exemple édifiant d'une femme qui s'est marié et dont le mari n'a jamais reconnu le mariage. Faute d'avoir été informée ou guidée au sein de l'Institution, elle se retrouve seule et a alors recours à homme qui lui promet de régler les démarches contre de l'argent. Elle découvre plus tard que l'homme n'a jamais rien fait.
Ces épisodes sont multiples face à la complexité du système, « il est regrettable que les justiciables non assistés d'un avocat soient les victimes d'une bande de courtiers qui leur posent des questions et font semblant de comprendre leur malheur et leur souffrance afin de mieux les fourvoyer dans des labyrinthes d'où ils ne pourront plus sortir »[128].

[123] p. 190.
[124] p. 206-207.
[125] p. 197.
[126] p. 209.
[127] p. 191.
[128] p. 194.

Si l'auteure n'insiste pas sur le cas des femmes, il est à noter qu'elles sont d'office plus démunies de par la pratique traditionnelle qui les excluait du cercle de la justice. « En plus de l'embarras et de la peur de l'inconnu, il y a les formalités judiciaires dont il (le justiciable) ignore tenants et les aboutissants »[129] ; il y a pour la femme, la nouveauté d'une pratique et le poids de représentations qui l'empêchent d'évoluer sereinement au sein de l'Institution.

2. Poids des traditions et des représentations dans le comportement des hommes et femmes

« Les salles d'audience sont souvent un lieu de spectacle », une affirmation qui souligne l'ambiance des audiences judiciaires. Par cette simple phrase, l'auteure pointe le caractère à la fois désordonné et éclectique des audiences tout en rappelant le caractère public des procès. Cette mention est importante dans la mesure où la sphère publique est un lieu traditionnellement peu investi par la femme au Maroc. Rappelons qu'avant le passage de la Moudawana, la femme n'était pas appelée à se présenter à la Cour. Avec la nouvelle loi, elle est non seulement appelée à comparaître et à prendre la parole devant le juge. Apparaître sur la sphère publique est nouveau, un objet de craintes et une pratique encore peu acceptée qui peut avoir, pour la femme, des conséquences pour sa personne. Le lieu du spectacle est donc un objet qui l'expose directement à la confrontation entre le texte qui lui octroie ce droit et la société qui va la juger dans les deux acceptions du terme : celle qui va rendre un verdict et celle qui va porter un regard négatif sur l'acte que la femme accomplit par le divorce.

- ***La peur de la violence, des représailles : supériorité physique et culturelle***

« Par crainte d'être exposées à la violence de leur époux, beaucoup de femmes préfèrent ne pas se présenter aux audiences de divorce pour discorde, par exemple, ou aux audiences des pensions alimentaires et d'attribution de garde, sauf si elles sont assistées par un membre masculin de leur famille »[130]. Violence des époux, crainte de représailles ou solitude face à l'Institution judiciaire, les femmes sont victimes des pratiques sociales, celles qui la renvoient au cadre d'une société où le divorce est encore peu accepté.

Avant le vote du nouveau Code de 2004, la femme était automatiquement placée sous tutelle, celle de son père, de son mari ou d'un frère... Les divorces étaient les seules décisions des hommes et les femmes restaient dépendantes de ces décisions. Ces pratiques pérennes ne peuvent facilement être changées notamment, dans les comportements de l'homme vis-à-vis de sa femme, d'autant plus dans le cas d'un divorce. L'auteure rappelle par exemple, un cas courant « quand l'époux refuse de payer la pension, l'épouse tente de trouver du travail pour se nourrir et nourrir ses enfants. Elle est alors souvent confrontée à la violence et au refus de l'époux qui lui interdit de sortit pour aller travailler ou qui la menace de l'accuser d'adultère »[131]. La femme, malgré la nouvelle loi se trouve toujours placée sous la domination de son époux du fait des conditions financières ou matérielles.

Cette empreinte de la pratique traditionnelle se reproduit dans les faits et actions du judiciaire comme dans le cas de l'expulsion du foyer d'un des deux conjoints, « lorsque l'un des deux conjoints – et c'est généralement l'épouse qui se trouve expulsée avec ses enfants – demande le retour au foyer conjugal, le parquet prend contact avec la police judiciaire qui accompagne cette épouse à son domicile et demande à l'époux de lui permettre le retour immédiat au foyer conjugal. Si le dit époux refuse, le ministère public n'intervient pour l'y obliger »[132].

Si dans la pratique par l'Institution, les droits de la femme ne sont pas garantis et appliqués, il semble évident que l'égalité de genre ne peut être effective et c'est à travers ses recommandations que l'auteure rappelle toute l'importance du matériel, de la logistique, du conditionnement par le moyen qui permet à la nouvelle pratique de se mettre en place, à la nouvelle idée et conception de la société de s'affirmer dans et par les faits. C'est à travers les outils concrets donnés aux judiciaires que l'égalité de genre peut effectivement, s'exprimer pour garantir aux femmes, la transformation attendue par le nouveau Code. Trop de femmes restent donc victimes, contrôlées par la peur des représailles physiques et sociales, ou limitées dans leurs actes pour causes de difficultés financières ou jugement moral, social et culturel lié à

[129] p. 191.
[130] p. 213.
[131] p. 197.
[132] p. 213.

leurs décisions. Ces obstacles psychologiques et physiques sont complétés par une procédure elle-même, difficile à accomplir.

- ***La peur de prendre la parole en public et place dans le tribunal : place de la femme dans la société***

Il n'est pas dans la culture marocaine de voir la femme s'exprimer en public ou de s'afficher en public. Traditionnellement, la femme prend parole dans le cadre privé ou au sein d'une communauté restreinte où de par son statut, elle exerce une influence liée à sa position sociale ou son expérience. La situation d'une demande de divorce complique une prise de parole qui n'est pas nécessairement acceptée. Comme le rappelle l'auteure, « la façon dont sont parfois posées les questions est très difficile à supporter par certaines catégories de personnes, qui préfèrent ne pas comparaître et chargent leur avocat de le faire »[133]. Ce retrait de la comparution et des instances judiciaires peut porter préjudice à la fois à la femme qu'à la représentation des femmes au sein de l'Institution. Son absence peut signaler un manque d'investissement de sa part et perpétuer la reproduction des pratiques usuelles qui peuvent lui être défavorables.
La procédure judiciaire en elle-même est force de contrainte quand le juge questionne les époux. Il commence tout d'abord par l'époux qui de fait, donne sa réponse, une forme d'ordre précédent la réponse de la femme qui doit suivre cet ordre. Surtout, la femme n'ose pas toujours affirmer publiquement son désir de divorcer et se perd dans des réponses qui peuvent la desservir.
« Si la réponse est positive, il interroge l'épouse : votre époux veut divorcer d'avec vous, qu'est-ce que vous en dites ? Le plus souvent, les réponses sont les mêmes. L'épouse souvent ne répond pas de manière directe à la question, mais commence à relater les problèmes du couple (…) répondent, sur les conseils des voisins ou de la famille, qu'elles s'attachent à leur vie conjugale et qu'elles ne désirent pas le divorce, croyant ainsi changer la décision du juge quant aux indemnités du divorce »[134].
L'auteure souligne ici le caractère personnel et pesant que revêt le divorce. Sa présence devant le public et sa prise de parole sont autant d'obstacles qui « même quand les deux parties sont présentes, il y a une certaine peur et une certaine gêne chez les femmes qui demandent le divorce pour discorde, notamment lors de la comparution à l'audience »[135]. Le divorce ou renonciation à un contrat qui a été passé, présente un caractère émotionnel fort pour les deux sexes, pour les personnes, hommes ou femmes, la comparution, la procédure est une étape difficile, « si elle – la personne - se présente, particulièrement dans la procédure du divorce par consentement, la situation est très pénible pour elle, surtout si elle a un caractère sensible »[136]. A la peur de la prise de parole s'ajoute la peur d'un changement, la renonciation à une certaine conception de société : celle de la réussite sociale par le couple et la famille.

- ***La peur et la difficulté d'un changement de conception***

« Le divorce ne signifie pas fatalement la désunion de la famille »[137] conclue Fatima Zohra Boukaissi. Cette affirmation simple porte les enjeux posés par la Moudawana : un changement de société. Dès la première phrase de cet article, la pratique témoigne de la cause des obstacles de l'application du nouveau Code, « depuis la promulgation du nouveau code de la famille et sa mise en application le 3 février 2004, les tribunaux ont, dans leur majorité, enregistré des conflits dans leur enceinte, à cause de la *transformation des sections du Statut personnel*[*] »[138].
Changement du statut de la femme qui peut demander la séparation, qui peut parler en public, qui peut décider de la désunion; elle qui est pourtant au centre de la cellule familiale. Surtout, cette transformation du texte peut contraindre l'homme qui jusqu'à présent, était le seul à pouvoir décider du devenir de la famille, « l'époux marocain n'a pas encore l'habitude d'être convoqué au tribunal pour divorcer de son épouse contre son gré. Il fait alors défaut aux audiences pour moult raisons »[139].

[133] p. 194.
[134] p. 202.
[135] p. 208-209.
[136] p. 206.
[137] p. 215.
[*] C'est nous qui choisissons de souligner.
[138] p. 189.
[139] p. 208.

Dans le cadre plus général de la relation genre et droit, il est évident que le changement de statut par la loi est une avancée majeure pour que la femme obtienne ses droits et devienne dans les faits, l'égal de l'homme. A titre de comparaison avec le domaine du politique, l'auteure de *Genre et politique au Maroc* centre les enjeux du débat autour de ceux d'une conception de genre ancrée dans les représentations en circulation dans la société marocaine. Comme le présente la note de l'éditeur de ce livre, l'intégration de l'analyse genre « révèle des conceptions moins simples : elle pointe non seulement les divergences, mais aussi les représentations partagées et la dimension sexuée des raisonnements des uns et des autres ». Malgré les deux tendances qui peuvent s'opposer entre Modernistes et Islamistes, la conception de genre confronte une pratique à une réalité qui n'est pas nécessairement acceptée tant par les hommes que par les femmes. L'exemple de non-réponse directe par la femme quand on lui pose la question de demander le divorce est particulièrement parlant. Si la femme refuse de répondre directement, c'est à la fois par peur de prendre la parole et à la fois, par peur d'affirmer une conception genrée d'une société à laquelle elle n'adhère pas nécessairement du fait de son éducation : l'acceptation d'une décision de divorce qui lui revienne. Pour la femme, c'est prendre une décision en public sur sa vie privée et renoncer à son couple, un moteur de réussite social qui peut l'éloigner des cercles de la société traditionnelle, la mettre face au jugement.

Conclusion

A travers une lecture « genre » des pratiques judiciaires, l'analyse révèle les frontières invisibles qui s'ajoutent aux obstacles matériels décrits par l'auteure. Si c'est à partir de la réalité que le genre peut évoluer, les conceptions doivent également changer. Les recommandations d'ordres pratiques peuvent aider à appliquer des procédures et à changer les comportements, le texte de loi n'est pas suffisant pour soutenir une transformation de la société qui doit être portée par d'autres instances et institutions… Et surtout, par les valeurs de la cellule familiale et de la société dans son ensemble.

7. La circulation du genre : entre « approche genre » et « réalité genrée » à travers une expérience de terrain comparée du genre en France et au Maroc dans le cadre de « eau et Développement Durable »

Parcours SIC, **Université de Lille III**, Lille, France, 18 au 20 juin 2008.

Céline Hervé-Bazin, CELSA – Paris IV Sorbonne

Introduction

« La perception est donc un paradoxe, et la chose perçue elle-même est paradoxale. Elle n'existe qu'en tant que quelqu'un peut l'apercevoir »[140]. Visible qui se construit, invisible qui se dévoile ; la problématique « genre » est une notion qui correspond à l'activité scientifique des Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) en tant que notion caractérisée par la visibilité et l'invisibilité avec lesquelles les acteurs vont jouer. À ce titre, la première phrase de Joëlle Le Marec dans *Ce que le terrain fait aux concepts, vers une théorie des composites*, est pour le moins explicite : « du sexe, la pratique a retenu les rapports de valeur ambivalents entre ce qui est caché et ce qui est montré »[141].

Étudier le genre et le confronter au terrain, c'est d'emblée s'intéresser à la circulation d'un objet à la fois émis par les sciences et au cœur du sens commun. L'exercice de la construction d'un savoir scientifique circulant entre les pratiques et les différents acteurs de l'espace public suppose nécessairement d'intégrer une approche de terrain à déployer dans la méthodologie pour mieux rendre compte de la réalité d'un objet visible et invisible.

Objet récent pour les SIC, le genre en tant que concept lié aux théories du développement, « se réfère aux relations entre hommes et femmes basées sur des rôles socialement définis que l'on assigne à l'un ou l'autre sexe »[142]. Dans le cadre de cette étude, l'objet questionné est la circulation du genre dans le cadre du Développement Durable, sa réappropriation par les organisations du monde de l'eau et comment se construit l'objet d'analyse au cœur du travail d'un Doctorat en SIC. Elle s'intéresse au processus de diffusion de l'approche genre dans le discours « genre, eau et Développement Durable » où le « genre » est manipulé, discuté, utilisé ou encore reformulé par les organisations en interaction sur la sphère publique.

Articuler corpus, terrain, méthodes

La présente recherche a choisi de concentrer son analyse sur le discours des organisations, de l'organisation privée en particulier. Les entreprises se sont rapidement réapproprié le discours du Développement Durable à la fois pour la valeur communicationnelle de cette notion et pour répondre aux exigences des actionnaires et aux critiques des médias et alter mondialistes.

Pour mieux cerner l'objet, la recherche a regroupé plusieurs familles de corpus où le terrain joue un rôle central. Cette étude se base sur l'approche comparative au sein d'un même groupe, SUEZ[143], à travers l'exercice d'une fonction au sein de deux de ses filiales pendant une durée similaire. La comparaison part d'une première expérience au siège de Lyonnaise des Eaux à Paris menée au sein de la Direction de la Communication, puis au siège de Lyonnaise des Eaux de Casablanca à la Direction de la Communication et du Développement Durable. Ces deux immersions ont permis de mener deux études de terrain sur un programme commun au groupe intitulé « Accès à l'eau pour tous ». Les deux sites d'études se trouvent respectivement à Saint-Pol-sur-Mer (Dunkerque) et au Douar Lamkenssa (Casablanca). Des entretiens et des visites d'observation à SUEZ et SUEZ Environnement ont permis de compléter ces expériences.

L'entreprise privée interagit avec une multitude d'acteurs sur la sphère publique et afin de comprendre la circulation de l'approche genre dans le cadre du discours « genre, eau et Développement Durable » ; il a paru important d'inclure l'analyse d'organisations liées à l'activité de SUEZ. Des grandes conférences

[140] Maurice MERLEAU-PONTY, Le visible et l'invisible, Paris, Gallimard, 1964, p. 49.

[141] Joëlle LE MAREC, Ce que le terrain fait aux concepts, vers une théorie des composites, Université Paris 7, Cinéma, communication et information, 2001-2002, p. 6.

[142] Première définition internationale officielle issue de la Conférence mondiale des Femmes, Beijing, 1995.

[143] SUEZ est un groupe international industriel et de services dans l'énergie et l'environnement comme l'eau, l'assainissement et les déchets.

internationales sur genre, eau et Développement Durable[144], l'UNESCO[145], les associations (PSEAU[146], ALMAE[147]) et les structures publiques (ONEP[148], Eau de Paris[149]) ont également fait l'objet d'une analyse et d'entretiens avec leurs acteurs.
A partir de ces terrains, l'analyse de discours complétée d'une analyse sémio-discursive a visé à décrire les « événements discursifs » (M. Foucault), de leur émergence à leur affirmation par l'articulation de l'écriture ou de la parole. L'analyse du discours permet de révéler le sens, les valeurs et les pratiques sociales que les formes discursives comportent. L'analyse de discours permet également de recourir à des structures d'analyse qui contribuent à repérer le discours comme les types, les thèmes, les registres ou encore, les cadres du discours… Le discours est alors un objet qui a forcément une origine et qui suit une construction issue des pratiques sociales, il est « toujours l'effet d'une construction dont il s'agit de connaître les règles et les justifications »[150].
Méthodologie privilégiée des SIC, l'analyse de discours saisit l'objet en circulation à travers les émissions, les interactions et dynamiques de publicisation des acteurs. Elle permet de suivre les étapes de construction du discours à partir et à travers les textes. Il nous a semblé nécessaire, dans cette démarche, de prendre en compte le contexte d'émission des textes et des interactions des acteurs illustrant le processus d'apparition et de mise en visibilité.
L'objet étudié est issu de la scène internationale, inclure une approche comparative a semblé nécessaire pour mieux saisir la circulation entre les acteurs pour comprendre les transformations sociales nées du contexte de la mondialisation et de l'existence d'une scène internationale publique. Ce travail est parti du postulat qu'une comparaison entre pays dit développé et pays dit en voie de développement, peu utilisée, permettrait de mettre en exergue les différences et points communs dans le discours. Ce parti pris comparatif vise à mieux cerner l'objet discursif tout en servant efficacement la volonté d'établir le processus de diffusion et d'interactions entre les acteurs concernés. De fait, l'approche comparative semble un outil indispensable à l'objet et à son analyse dans le contexte global du Développement Durable.
La recherche a également mêlé une méthode basée sur l'oral et l'écrit en conjuguant entretiens et observations participantes avec questionnaires, études d'impacts ou encore analyses de contenu. La complémentarité de l'écrit et de l'oral est essentielle au travail de recherche car il « est évident que l'écrit revêt une dimension particulière par rapport à l'oral du fait de la pérennité de l'énoncé qu'il permet »[151]. A partir de cet ensemble de corpus, la démarche de la recherche a été d'articuler la théorie avec l'objet étudié.

Articuler la théorie vers l'objet

Genre, approche genre, dimension genre, outil genre, méthodologie genre... Objet protéiforme à la fois lié à l'anthropologie, la sociologie, l'économie ; le genre est une notion qui a suscité de multiples controverses nées de la traduction du terme anglais « gender » utilisé par les sciences sociales anglophones qui ont initié les « Gender studies ».
Le terme « genre » a bien une racine latine à désigner une « sorte », une « espèce » ou une « origine ». Le mot pointe vers une catégorie regroupant un ensemble aux traits communs. En biologie, le genre renvoie à un ensemble d'êtres vivants, situé dans la classification, entre la famille et l'espèce, et groupant des espèces très voisines désignées par la même racine latine.
Ce que nous rappelle cette première définition, à la lumière de l'approche genre, est le caractère universel que recoupe la notion de genre comme le souligne le concept de « genre humain ». Le genre humain se veut à cet égard normatif et souhaite « appréhender cette réalité mouvante qu'est le devenir du genre

[144] 25 conférences internationales sur l'eau, les femmes et le Développement Durable de Stockholm, 1972 à Jérusalem, 2007.
[145] Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture.
[146] Programme Solidarité Eau, réseau français et international créé en 1984.
[147] Alliance Maghreb Machrek, réseau marocain et international créé en 1993.
[148] ONEP, Office National d'Eau Potable au Maroc, producteur d'eau créé en 1972.
[149] Eau de Paris, Société d'Economie Mixte de production d'eau ex SAGEP créée en 1987.
[150] Michel FOUCAULT, L'archéologie du savoir, Paris, Gallimard, 1969, p. 37.
[151] Béatrice JALENQUES-VIGOUROUX, « Dire l'environnement : le métarécit environnemental en question », Thèse en Sciences de l'Information et Communication, CELSA, 2006. p. 62.

humain ; on ne saurait sans cela construire des normes pour juger ce devenir »[152]. C'est de l'idée qu'il existe une « norme » des sexes qu'émerge l'approche genre.
En anthropologie, la différence biologique des deux sexes est à l'origine du fonctionnement de la société et en construit ses valeurs et mécanismes. L'introduction de la différence des sexes comme porteuse de différences de valeurs veut poser des caractéristiques « hommes – femmes », une identité masculine et féminine.
Historiquement, l'étude des différences entre les sexes s'est surtout intéressée au statut des femmes, à leurs conditions de vie et à leur visibilité politique. Les premières théories et recherches se sont à ce titre, concentré sur les mouvements féministes et leur apport pour la condition de la femme. C'est afin de se détacher du féminisme que le genre a acquis une valeur théorique en tant qu'outil neutre d'analyse pour aborder les questions liées au sexe.
Les débats autour de sa traduction oscillant entre « sexe » et « genre » révèlent la difficulté de la notion à distinguer le sexe biologique du sexe construit, ce dernier supposant que l'Homme et la Femme sont deux objets issus de la société et dotés de caractéristiques universelles liées seulement à leur sexe. Le genre s'intéresse donc à l'étude des deux sexes et à l'étude de leurs rapports sociaux et comment ces rapports – et rôles – ont un impact sur la société. Le genre se veut alors, être un outil d'analyse de la société. Les évolutions théoriques de sexe, féminisme à genre ont permis « d'universaliser la question de la différence des sexes en la repositionnant au sein de sciences sociales ; désenclaver le genre pour lui donner le statut théorique qui lui revient »[153].
Dans le cadre des problématiques liées au Développement puis Développement Durable, les travaux de Ester Boserup lance la question des impacts du développement économique sur la femme. La problématique s'invite dans les programmes de développement pour identifier ses besoins notamment en santé, accès aux services ou encore, lui faire prendre conscience de son rôle au sein de la communauté. Différentes approches dites de « l'égalité », de la « prise de pouvoir » ou de la « construction sociale » vont tenter d'affirmer la place du genre dans le Développement. La conférence mondiale des Nations Unies sur les Femmes à Beijing entérine définitivement le concept : les femmes doivent être intégrées au développement et sont des acteurs essentiels à la gestion des ressources naturelles. Les femmes sont alors « vues comme étant des acteurs de l'environnement privilégiés, une source de solutions à la crise environnementale »[154].
Si l'on resserre la problématique sur genre et eau, le lien s'est également constitué au fil du temps, des conférences internationales et des usages par les acteurs. Le discours « genre et eau » pose la question de la gestion de la ressource. Comme le signale le Rapport Camdessus[155], cette gestion a instauré une situation d'inégalités où la femme reste seulement un bénéficiaire et non pas un acteur. A travers la question de la participation de la femme à la gestion de l'eau dans une optique de Développement Durable ; la gouvernance et la répartition des pouvoirs sont interrogées. Dans le contexte international, l'approche genre est utilisée comme outil méthodologique qui rend concret voire « visible » les contributions de chacun, chacune, un postulat qu'il a fallu interroger au cours de la recherche sur le(s) terrain(s) où une multiplicité d'acteurs interagissent.

Articuler les logiques des acteurs

L'étude des terrains de cette recherche a articulé des éléments théoriques avec les observations empiriques. Elle a également mélangé des approches d'acteurs très différentes des conférences internationales aux associations locales. Cette multiplicité des corpus a posé la question de la logique des acteurs et de la construction de leurs discours sur « genre, eau et Développement Durable » révélant une

[152] Dominique BOURG, Le nouvel âge de l'écologie, Paris, Descartes & Cie, 2003, p. 71.
[153] Margaret MARUANI, « Travail et genre : les tribulations de la variable sexe », p. 186, dans Christine BARD, Christian BAUDELOT, Janine MOSSUZ-LAVAU, Quand les femmes s'en mêlent. Genre et Pouvoir, Paris, La Martinière, 2004, p. 171-187.
[154] Rosi BRAIDOTTI, Ewa CHARKIEWICZ, Sabine HAUSLER, Saskia WIERINGA, Women, the environment and sustainable development. Toward a theoretical synthesis, London, Zed Books Ltd, 1994.
[155] « Profondément enracinée dans la tradition et les cultures locales, la condition de la femme à l'égard de l'eau contribue à maintenir ces sociétés tout entières dans des conditions indignes de l'humanité. » & « Les textes internationaux mentionnent les femmes parmi ces « *particuliers et ces groupes qui ont traditionnellement des difficultés à exercer leur droit à l'eau* ». » Michel Camdessus, Bernard Badré, Ivan Chéret, Pierre-Frédéric Ténière-Buchot, Eau, Paris, Editions Robert Laffont, 2004, p. 58 & 59.

mise en visibilité de l'objet différente selon l'acteur et sa place sur la sphère publique.
Au fil des analyses, il a été observé combien le genre est un terme peu utilisé dans l'organisation privée au contraire des organisations internationales comme l'UNESCO ou des associations (ALMAE, PSEAU). Ces dernières proposent des outils méthodologiques pour implémenter le genre dans les projets d'adduction d'eau comme le guide méthodologique, « La prise en compte du genre dans les projets d'adduction d'eau potable en milieux rural et semi-urbain », publié par le PSEAU avec l'Agence Française de Développement en 2007. D'autres supports servent à promouvoir le genre au sein de la société à travers des thèmes liés à l'eau comme le rapport d'ALMAE sur « Eau, Femmes et Santé » (2005) ou la brochure de l'UNESCO sur « Guide des Points focaux pour l'égalité des genres des Commissions nationales pour l'UNESCO » (2005).
Ces supports sont souvent édités à partir des expériences de terrain et de la « réalité » tant pour ceux édités par les organisations internationales (UNESCO, UNIFEM[156], Gender and Water Alliance[157], etc.) que pour les rapports de conférences internationales. Dans ces supports abondent les cas concrets illustrant la nécessité d'intégrer le genre dans les projets d'adduction d'eau.
Dans le cadre de l'entreprise privée, le genre est rarement utilisé jusqu'à une période récente. Dans le cadre du Programme Accès à l'eau pour tous, l'analyse sémio-discursive des supports (brochures, site Internet) a montré que la question de la femme est connue à travers une forte présence visuelle des femmes et des enfants. Surtout, ce sont les impacts de l'arrivée de l'eau sur leur quotidien que l'entreprise met en avant : corvée d'eau supprimée, temps pour l'éducation, création de petits commerces, etc. L'amélioration du statut de la femme légitime l'action de l'entreprise ; son témoignage qu'il soit écrit ou oral renforce sa responsabilité sociale et son éthique. Comme le souligne la Directrice de la Communication de SUEZ Environnement,

> « *cette représentation de la femme est limitative. Ne la voir que comme une bénéficiaire véhicule une image biaisée et seulement traditionnelle de la femme qui peut conduire à maintenir les rapports sociaux tels qu'ils sont dans leur contexte local* »[158].

Amener au local, la question de la femme est différemment perçue. A Lamkenssa, animer des focus groupes sexo-spécifiques a été naturel pour l'ensemble des animateurs et responsables du projet. Le contexte oblige à une approche genre qui souligne une réalité genrée différente de ce qui est perçue dans les organisations internationales ou au niveau de la communication du Groupe SUEZ. Si les hommes ont en effet une certaine réticence à voir les femmes s'introduire dans le projet d'adduction d'eau, les femmes formulent une telle demande vis-à-vis du service qu'elles vont obtenir naturellement la parole :

> « *Nous avons très vite compris les différences de perception de l'arrivée de l'eau entre les hommes et les femmes. Les femmes savent le temps qu'elles vont gagner, les impacts pour la santé de leurs enfants, etc. Du coup, elles sont beaucoup plus curieuses que les hommes, elles s'investissent dans les démarches administratives et vont convaincre leurs maris.* »[159]

Cette démarche genrée est issue de l'expérience et liée au contexte du douar Lamkenssa qui bénéficie d'un prêt de la Banque Mondiale dont un des objectifs est de mesurer l'impact de l'arrivée de l'eau sur la vie de la communauté. L'approche genre s'impose d'elle-même et révèle une différence de sensibilité à l'arrivée de l'eau. Elle expose également la différence de répartition des pouvoirs au sein de la communauté.
Dans le cas de Saint-Pol-sur-Mer, la problématique semble d'emblée non pertinente… En France, les foyers bénéficient de l'accès à l'eau depuis longtemps et des impacts ne peuvent être mesurés comme au Maroc. Pourtant, les acteurs du Programme Accès à l'eau pour tous ont observé une réalité genrée invisible mais bien réelle. Dans le cas de ce programme, il n'agit plus d'apporter l'eau, mais de trouver des solutions financières avec la commune et les associations pour aider les foyers à payer leur facture d'eau. Dans la majorité des cas, il s'agit de famille monoparentale, c'est-à-dire, des femmes avec enfants.

> *« C'est vrai que ce sont les femmes qui viennent nous voir quand il y a un cas d'impayés. C'est avec elles qu'on engage le dialogue. Après, elles vont convaincre leurs maris. »*[160]

---

[156] UNIFEM, Fonds de développement des Nations Unies pour la Femme.
[157] Association pour promouvoir l'accès équitable autant pour les femmes que pour les hommes et une gestion saine et appropriée de l'eau, créée en 2000 au cours du 2ème Forum Mondial de l'Eau à La Haye.
[158] Entretien Frédérique Raoult, Directrice de la Communication de SUEZ Environnement, décembre 2006.
[159] Entretien Abdelatif Abderrazak, Chef de Projet Lamkenssa, mars 2007.
[160] Entretien Delphine Boulogne, Centre Communal d'Action Sociale de Saint-Pol-sur-Mer, mars 2008.

Dans les deux contextes, la réalité a montré une similarité dans la perception de l'eau et de son accès ; les femmes sont les premières concernées et y trouvent un moyen d'établir un lien avec d'autres acteurs. Dans les deux cas, elles sont considérées comme des acteurs essentiels à qui il faut s'adresser et comme des « répétiteurs » du message vers l'homme ou la communauté. L'exemple est d'autant plus révélateur au Maroc où les animateurs sociaux identifient des personnes ressources au sein de la communauté pour obtenir son adhésion. Pour les femmes, il s'agit souvent de la femme de l'homme ciblé (la femme de l'autorité religieuse, la femme du professeur, etc.).
Ce que révèle le terrain, c'est une intégration des différences de rapports sociaux hommes / femmes dans les méthodes de travail. Parfois inconsciente, nommer « l'approche genre » apparaît souvent comme un outil révélateur de la réalité et les perceptions culturelles sont souvent citées,

> « *c'est vrai que maintenant que vous le dites, c'est évident que ce sont les femmes qui viennent. C'est aussi évident que c'est à elles que nous devons nous adresser, les femmes ont un lien particulier avec l'eau, elles la gèrent au quotidien.* »[161]

L'enjeu pour la démarche de recherche est alors d'interroger le statut de l'approche de terrain avec l'objet théorique, dans quelle mesure la démarche de recherche permet de construire un savoir issu du sens commun sans être une lecture de la réalité à partir d'une construction de l'esprit qui souhaite rendre compte de l'existence d'un concept théorique en circulation dans les terrains analysés. Cette question est résumée par Joëlle Le Marec sur l'apport de l'enquête dans la démarche de recherche,

> « quel type de savoir peut-on construire à partir de méthodes d'enquêtes lorsque l'on sait que celles-ci ne fournissent aucun accès à des réalités sociales brutes, mais uniquement à des phénomènes entièrement préinterprétés selon des catégories qui sont constitutives de l'objet même de la recherche – ces catégories pouvant être des interactions, des normes, des contraintes, des initiatives, des usages »[162].

Un objet « visible » par lui-même

Le postulat selon lequel l'objet est apparu, s'est diffusé pour se banaliser, s'instituer comme objet connu de tous, correspond à un phénomène caractéristique des SIC et

> « la communication est ici conçue au service de l'apparition, de l'émergence et du positionnement d'acteurs, individuels et collectifs telle qu'elle se fait dans un contexte marqué par l'anonymat, la banalisation, le bruit et l'hyperconcurrence ». [163]

Cette définition de Nicole D'Almeida nous permet d'établir que la visibilité d'un objet correspond à un processus de construction né sur l'espace public où les organisations interagissent. Il nous permet également de rappeler que pour qu'un objet soit visible, il doit tout d'abord être vu. La perception de l'objet entre dans un exercice individuel et collectif de décryptage que la recherche veut analyser. Il faut alors rappeler les travaux de Maurice Merleau-Ponty pour qui les phénomènes d'apparition sont de l'ordre du sens. Ils répondent à une logique qui oblige à nous interroger depuis l'origine du phénomène jusqu'à son apparition et son existence comme objet du sens commun.

> « Il est vrai à la fois que le monde est *ce que nous voyons* et que, pourtant, il nous faut apprendre à le voir. En ce sens d'abord que nous devons égaler par le savoir cette vision, en prendre possession, *dire* ce que c'est que *nous* et ce que c'est que *voir*, faire donc comme si nous n'en savions rien, comme si nous avions-là dessus tout à apprendre. »[164]

Outre la portée philosophique de ces ouvrages, la notion de visible et de l'invisible révèle une volonté d'apparaître au contraire d'être. Se rendre visible sur l'espace obéit à une logique de l'acteur. L'enjeu est alors l'articulation entre volonté d'apparition, perception et construction de l'objet.
La perception de l'objet sur le terrain par lui-même ou révélé par d'autres acteurs est une problématique au cœur du travail de Doctorant. Au niveau international, l'approche genre dernière a circulé en passant d'une approche « genre et développement » à l'outil genre en matière d'accès aux ressources établissant un lien entre genre et environnement, genre et Développement Durable, genre et eau. L'outil genre s'est institué comme une méthode pour rendre concret un travail longtemps considéré comme invisible : celui de la sphère domestique.

---

[161] Entretien Thérèse Caullier, Carrefour des Solidarités, Réseau d'associations locales à Dunkerque, mars 2008.
[162] Joëlle LE MAREC, Ce que le terrain fait aux concepts, vers une théorie des composites, Université Paris 7, Cinéma, communication et information, 2001-2002, p. 11.
[163] Nicole D'ALMEIDA, « Introduction à la problématique de la visibilité », Travaux du GRIPIC, CELSA, groupe « visibilité », 23 février 2000, p. 4.
[164] Maurice MERLEAU-PONTY, Le visible et l'invisible, Paris, Gallimard, 1964, p. 18.

Sur le terrain, l'approche genre correspond à la réalité ; elle émerge comme une nécessité, un besoin de l'acteur de s'adapter au contexte s'il veut que le programme réussisse. Ce qu'a révélé la recherche, c'est bien l'existence de l'objet. Souvent inconscient, nommé différemment, l'objet « genre et eau » existe dans les faits. Le rendre visible suscite un parti pris politique souligné par Margaret Waring.

> « C'est évident que les personnes qui contribuent visiblement à l'économie sont celles qui seront prises en compte dans les mesures politiques. Si vous n'êtes pas visible comme un producteur dans l'économie du pays, vous serez donc invisible lors de la distribution des bénéfices. Partout où je suis allée, telle était la situation des femmes. »[165]

Dans le cadre du discours de l'objet, il apparaît alors que l'objet théorique est bien un lieu de « confrontations » sur le terrain révélant une problématique de gouvernance. Ces débats rappellent le statut de l'échange et des « disputes » dans la construction des savoirs et des identités de groupe telle que le présente William Felstiner qui pourrait se résumer ainsi, « les débats (disputes) ne sont pas des choses, ce sont des constructions sociales »[166].

Dans le cadre de cette recherche, la confrontation de l'objet avec la réalité a montré les articulations multiples entre les discours des acteurs et les représentations de chacun sur l'eau, le rôle de la femme, le processus de développement et de Développement Durable. Dans le cadre d'un travail de Doctorat, le postulat de la recherche a montré combien l'objet est au cœur d'une activité de mise en visibilité par les acteurs d'un objet invisible et issu des pratiques traditionnelles. (Le discours est très lié à des valeurs fortes quelle que soit la société donnée ; l'eau, la femme sont autant de questions transversales que fortement politisées).

Ce qu'apprend la démarche de recherche à travers l'articulation de corpus différents au moyen de l'approche comparative et de l'analyse des discours, c'est bien l'importance de choisir un postulat pour mener la recherche et tenter de délimiter l'objet pour en tirer son homogénéité et de permettre la construction d'un savoir sur cet objet ; une construction issue de la pratique du chercheur et des pratiques sociales.

Conclusion : Articuler un objet hybride

La confrontation de l'objet avec le terrain a questionné la construction théorique et celle issue de l'expérience de terrain obligeant à un « retour sur » (J. Le Marec) la notion elle-même et les effets de la circulation sur son contenu, son acception et utilisation. L'objet profondément hybride est donc bien un construit, ce processus né de l'activité de communication.

> « Un savoir n'est pas une « chose », il n'est jamais construit à l'intérieur d'un seul point de vue, il est un processus. Les communications constituent ces processus en phénomènes observables - y compris pour les acteurs (pas seulement pour les chercheurs) - par lesquels prend corps le savoir à des moments donnés »[167].

Le travail du Doctorant dans la construction de son objet théorique est donc d'articuler les notions théoriques avec son étude de terrain en acceptant le caractère construit de l'objet. La recherche aura toutefois pour objectif de donner les éléments observables et « visibles » de l'objet pour établir à la fois le phénomène d'apparition et de mise en visibilité du discours. Il s'agit de rendre compte de sa réalité visible et invisible, celle que le travail de recherche établit et réfléchit, une pratique au cœur de la construction de la connaissance et du fonctionnement des Sciences de l'Information et de la Communication.

BIBLIOGRAPHIE

BARDIN Laurence, L'analyse de contenu, Paris, Presses Universitaires de France, 1977.

FELSTINER William, ABEL Richard L., SARAT Austin, "The emergence and transformation of disputes: naming, blaming, claiming…" in Law & Society Review, Volume 15, Number 3-4, 1980-1981.

LE MAREC Joëlle, Ce que le terrain fait aux concepts, vers une théorie des composites, Université Paris 7, Cinéma, communication et information, 2001-2002.

LE MOIGNE Jean-Louis, Le constructivisme, Paris, Presses Universitaires de France, 1995.

MOSCOVICI Serge, Les méthodes des sciences humaines, Paris, Presses Universitaires de France, 2003.

[165] Extrait du film : « Who's counting ? Sexe, mensonges et mondialisation ? Rencontre avec Marilyn Waring », Office National du Film du Canada, 1996. Si les femmes comptaient, 1999.

[166] William FELSTINER, Richard L. ABEL, Austin SARAT, « The emergence and transformation of disputes: naming, blaming, claiming… » in *Law & Society Review*, Volume 15, Number 3-4, 1980-1981.

[167] Joëlle LE MAREC, Ce que le terrain fait aux concepts, vers une théorie des composites, Université Paris 7, Cinéma, communication et information, 2001-2002, p. 66.

8. Water management and gender issues: terms of discussion.

Young Water Professionals Program, IWA Conference**,** University of Berkeley**, Berkeley, USA, July 16-18 2008.**

Hervé-Bazin, C.*

* CELSA, 77, avenue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine, France - celinehervebazin@yahoo.fr

Keywords: gender, water management, water private companies, water access, SUEZ, organization.

ABSTRACT

Gender tends to be more and more used as a tool in development programs and management. It assumes that a wide variety of phenomena have gendered characteristics to identify men and women on social norms in contrary to male and female bodies. Gender also includes the different values that men and women carry. The gender approach has been promoted by "gender and development" theories starting with the work of E. Boserup first published in 1970 (Boserup,1970; Moser, 1993; Braidotti, Charkiewicz, Hausler & Wieringa, 1994; Benería & Bisnath, 2001). Gender supposes a distinct conception of water resources management but also of management in the water field.

This study wants to establish what gender can bring to water management by focusing on private water companies. It will examine how gender is taken into account to better answer local needs in water implementation projects and sustainable development policies. It will focus on SUEZ, a major water private company through a comparative study in France and in Morocco with two study sites in Dunkerque and Casablanca. The aim is to further understand local needs and realities when facing water access issues.

INTRODUCTION

"Promote gender equality and empower women", the third goal of the Millennium Development Goals (MDG) deals with equality between men and women in order to promote a better and sustainable development. Since the World Women Conference held in Beijing (1995), gender has been increasingly used in international conferences and declarations. It has been internationally accepted that promoting women's implication and status is key to a country development.

This recent theory taken from social sciences is full of promises for women in our society. In terms of development, gender is mostly seen as a tool to encourage women's participation in development programs. The study and use of gender has greater repercussions than the promotion of women's involvement in development starting with the work of E. Boserup (Boserup: 1970). It refers to a social construct rather than a biological condition. Elements of gender differentiating men and women make more sense than sole anatomical remarks. Gender also conveys the various and different values carried by men and women. It questions social roles including politics and power structures within a society.

In the realm of sustainable development, the study of gender leads to adopt a participative approach and governance based on equity. When referring to water issues like resources management, nature preservation or property access, gender has become particularly relevant. Since the conference of Dublin (1992), women have been both seen as necessary allies to water management and associated to water implementation programs. For international organizations like the UNESCO, the UNIFEM, the World Bank or cooperation funds like CIDA Canadian International Development Agency, AFD Agence Française de Développement.… Gender is a necessary tool in progressing towards sustainable water management and water access. Why is gender-related issues considered a useful tool to reach a more sustainable development? Why did gender become particularly relevant in water implementation programs?

This study wants to establish what gender can bring to water management by focusing on private water companies. It will examine how gender is taken into account to better answer local needs in water implementation projects and sustainable development policies.

METHODOLOGY

Preamble to gender and water management

This paper examines SUEZ, a major private company providing water access worldwide through a comparative analysis of two of its subsidiaries in France and Morocco. This study took benefit from a comparative approach taking into account that gender tends to be studied in "Developing countries" and scarcely in "Industrial countries".

The comparative approach is considered as a useful method in social sciences to better grasp cross-national phenomena like gender, women's status and sustainable development. It's also interesting for target-oriented research, to get common traits and differences, to give a better global perspective in the context of globalization. Comparative approach helps to explain and to accompany social transformations in the international scene.

SUEZ is therefore a particularly enriching case study as it is a multinational company managing subsidiaries from all over the world with very different cultural origins. Its activities cumulate international and local issues.

Observations as a young professional

SUEZ is a leading company in the water sector. Counting subsidiaries worldwide, this study will compare two entities; LYDEC, in Morocco and Lyonnaise des Eaux (LDE), in France by focusing on a program "Water for all". Since 2001, SUEZ participates in the MDG through the program "Water for all". This project initiated after Gérard Mestrallet, chairman of SUEZ, asked for water access for all in *Le Monde* after September 11th. It aims to implement water access in shantytowns where the company has a relationship contract.

To get relevant results, several observations were conducted while working at LDE and LYDEC during 15 months for each entity. This study draws conclusion from three complementary methods comparing the three levels of the company: SUEZ and SUEZ Environnement (international level), Lyonnaise des Eaux and LYDEC (national and local level).

First, 35 interviews have been realized targeting the same departments: Human Resources, Sustainable Development, Communication and the Water Department. These interviews were conducted on three major related aspects: women's roles in the water company; sustainable development, women and water access; and gender.

The second analysis is a semio discursive study of several documents produced by SUEZ, SUEZ Environnement, LDE and LYDEC focusing on institutional publications as annual reports, brochures and guides targeting clients edited from 1997 to 2007.

The third analysis consists in studying the sexo specific portrait of the four entities. SUEZ has initiated a strong politics on women in 2005 and several studies have been done.

Description of the two study sites

Two study sites have been chosen to further analyze gender in these two different locations. The aim was to investigate which methodology is adopted to target communities and other actors like NGOs, local associations and public services.

Lamkenssa (Casablanca)

LYDEC, Lyonnaise des Eaux de Casablanca, is in charge of distributing and managing water, electricity and sanitation infrastructures since 1997. The city and LYDEC have signed a contractual relationship that is usually tailored to each individual local authority, whereby authorities retain complete control in order to provide consumers with the best possible service.

The choice of Casablanca is also particularly relevant to consider risks and social changes in the broader context of urban water. This city is facing spontaneous urbanization, growing immigration from rural zones and strong poverty. In 2005, when the National Initiative for Human Development (INDH) was

launched, Casablanca counted 180.000 households without water and electricity infrastructures. The INDH is the Moroccan's government main strategic program seeking to address service gaps in low-income areas in the short to medium term. Since the launch of the INDH, LYDEC has the responsibility to connect 140.000 households to water, electricity and sanitation, and created a dedicated department called INMAE (Development in Arabic) which is specifically dedicated to the INDH initiative.
This study will focus on Lamkanssa located in South Casablanca. This site is extremely poor and characterized by unemployment representing 7.996 households. This specific site is particularly interesting as one of the three pilots Output-Based Aid grants that the World Bank is supporting in Morocco. These pilots are intended at testing an innovative result-based targeted subsidy mechanism.
The methodology itself is particularly interesting. In order to accompany the water arrival, the company created a specific department dedicated to community's relationships. Its objectives are: to obtain people's adhesion to the project, to raise people's awareness on water issues and to accompany the community during the works and the project. The department called "Clients Accompaniment" takes benefit from social engineering methods and social work. Based on three steps procedure, the department also conducted impacts studies after water implementation.
The first step wants to establish a "picture" of targeted households. This picture is actually an important urban diagnosis that consists in the district's mapping, listing the number of households, its typology and evaluating needs.
The second step is related to the start of works. During this period, crisis related to floods or odours can occur and the company has to keep the population informed of the process.
At the last stage LYDEC wants to ensure that users became clients. New clients must know their responsibilities and rights. For the company, it's an important moment to give some basic rules – best practices - on water uses in order to avoid misuses of the water and sanitation infrastructures.
Finally, LYDEC conducted several impacts studies on hygiene, property, lifestyle, etc. Impacts on women have been clearly underlined and the different studies revealed impacts on health and housing but also on women's place in the community, in the household as the budget manager or on employment. For instance, most of them will find legal work whereas men will keep informal work…

Saint-Pol-sur-Mer (Dunkerque)
Lyonnaise des Eaux is in charge of producing and distributing water in France. The company was founded in 1880, it first signed contractual relationships in the South of France like Bordeaux. In 1997, Lyonnaise des Eaux merged with the Compagnie Financière de SUEZ. Since 2003, LDE is the French subsidiary for water distribution of SUEZ Environnement, the environmental branch of the SUEZ Group. In 2008, Lyonnaise des Eaux distributes water to 9 millions French customers.
Providing services in a "developed" country, LDE was not part of the program "Water for all". (This program is focusing on shantytowns worldwide like in Buenos Aires, Johannesburg, Jakarta, etc.) The current program was actually initiated by a local agency in the North of France. Since then, this initiative has been duplicated to every district and cities with whom LDE has a contractual relationship in the North of France.
In 2006, this initiative has been included in the Sustainable Development Charter that the company signed and launched to promote 12 commitments in favor of Sustainable Development. Its seventh engagement wants to help the poorest to pay their water bill, a social responsibility that the company wants to downscale at a national scale. Since then, the initiative was baptized "Water for all". LDE however worked on water access to families facing financial difficulties for 15 years.
In 1992, the city of Dunkerque asked Lyonnaise des Eaux to reconsider water cut for families with economic or social difficulties. The demand emerged from social services willing to stop social crisis related to water cuts. This study case will focus on Saint-Pol-sur-Mer, one of the poorest suburbs of Dunkerque counting 23.350 inhabitants where unemployment is very high especially for young people under 30 (rates can reach 50%).
The methodology is based on a strong partnership with public structures. When LDE discover a case of unpaid bills, it will contact social services. Social services will get information on the family with LDE. The two of them will also work with local associations related to social activities and housing issues. The three actors want to elaborate financial solutions to budget problems. As soon as the family accepts to follow a social accompaniment, LDE accepts not to cut water.

What is interesting to observe is the impact of water as a medium to reveal a social difficulty. For social services, the project helps them to know who needs help and to contact these persons. Most of the concerned households are women having single-parent families or families with social problems related to budget, violence... In the case of the threat of water cut, women will come to declare the family problems. Women are usually the first interlocutor to the company or social services. LDE also noticed that in the majority of cases, it's better if women from social services come to families to start talking with them.
Since the launch of the program, LDE reduced its unpaid bills, opened a recovery service dedicated to help people in debt and strengthened its relationships with the city. For them, the program helped to establish strong relationships with social services but also with the city mayor and other elected representatives. This program helped to foster a better client relationship and to offer social responses to customers. This program is also an indirect way to ensure the continued contract relationship in Dunkerque.

FINDINGS AND RESULTS

Influence of the international sphere

It is important to underline how influent the international scene may be towards the company. SUEZ as an international company participates in the MDG by joining Global Compact in 2000. Launched by former UN-Secretary-General Kofi Annan, Global Compact targets governance, ethics and environment. This membership reveals how SUEZ as an organization must answer to international issues. It is particularly important for water issues.
Water, as a vital resource, is a necessary good to every human being. The announced water battle tends to bring different water management conceptions and debates around the right to water. By signing his article asking for water access for all in 2001 (SUEZ: 2003), Gérard Mestrallet adopted a strong stance on water access worldwide. In the frame of "Water for all" the different entities further entertain strong relationships with NGO's and the public sphere.
On gender, the relationships between stakeholders, UN entities and other major international actors pushed SUEZ to integrate gender elements in its strategy. Within the company, SUEZ is leading a strong policy towards women since 2005. The company created a Women Observatory, a place to network and also to access research and resources concerning women's vision and their place and role in society and in the workplace. The Observatory is working on five major aspects related to women's network, women careers and positions, etc. In terms of management, it led to encourage positive recruitments policies for women, to promote debates and training within the company to avoid visible gendered images.
On the institutional level, SUEZ contracted a partnership with the Women's Forum for the Economy and Society in 2005. SUEZ Environnement also signed a partnership with ALMAE, a Moroccan association working on water and gender. Lyonnaise des Eaux and SUEZ Environnement signed a brochure with Aquafed (Water and sanitation for Women, Aquafed, 2007) on women and water. These actions show a visible interest to promote women's participation in the organization's life and the society.
At a local scale, this influence is particularly relevant in the case of Lamkenssa. As a pilot project benefiting from the GPOBA, water impacts are very important to measure in order to reach the MDG. The methodology itself already included a gender approach but the influence of the World Bank urged the organization to conduct gender impacts studies. From this international influence, the study of gender diffusion supposes to consider how gender elements and tools are used within the company.

A gender versus a gendered methodology

The study of gender in water implementing projects and management showed that local entities have to adopt the reality to pursue the process. Within the company exists a complementary approach of gender from top to bottom (Hervé-Bazin: 2007): a "gender reality" versus a "gendered methodology".
A "gender" approach wants to start from the target by integrating the targeted persons' needs in the program. A "gendered" posture wants to implement a methodology established by theories and to push for a stronger gender conception. This stance tends to conduct gender-biased representations of reality whereas a gender approach may perpetuate the same women's roles and representations in the society. By linking the two methodologies, gender is a useful tool when considering management of change.
In this study, "Water for all" clearly articulates a gender methodology with a gender reality at different levels of the company. Starting from SUEZ and SUEZ Environnement, the semio discursive analysis of

communication publications showed a strong communication on women: pictures, testimonies and impacts conveyed the importance of women in water projects. Women are not seen as deciders but as direct beneficiaries of the service. For instance, women are considered as a minority like children: "water has important impacts on people's everyday life: to walk kilometres in order to find it or to spend the day to fill buckets - and therefore not being able to work for women and not being able to go to schools for children" ("Water for all", SUEZ Environnement, 2006).

The value of the example is particularly important because women's testimonies legitimate the taken actions. Free time for education, new professional activities, community implication: the three traditional women roles (Moser: 1993). The impacts are measurable and easy to communicate for the company. This representation led to "biased visions of the project within the company and a reproduction of women traditional roles in the local contexts" explained F. Raoult, Communication manager of SUEZ Environnement. Women are only seen as beneficent of the water new supply like children, they are not seen as actors. This remark questions the understanding of gender in Lamkenssa and Saint-Pol-sur-Mer.

To promote community adhesion meant to contact key persons within the community or in the public sphere. These persons will better communicate messages to the community or within households. For social animators, it is particularly important to identify influential men and women of the community or households. For the two sites, resource persons' profiles are clearly defined.

In Saint-Pol-sur-Mer, the existing social structures help the company in its methodology. Social workers and associations are the first resources persons to be contacted when a case is identified. The following step is to contact families. For LDE, women are the first person to contact as they will inform the rest of the family. They are the person with whom Lyonnaise des Eaux will work to resolve financial problems. In France, social services are characterized by individualism, administrative procedures and a client approach that LDE included in its method.

It is very different from Morocco where the absence of social services, public structures and local associations urged LYDEC to foster its implication. In Lamkenssa, social animators had to identify resources persons directly in the households. This identification was based on the community profile. It is important to note that the Department had to work at a community level to obtain a dynamic within the community. The methodology however clearly included differences between men and women.

In the case of men, resource persons are the "kaïd" (the local and political authority), the doctor, the institutor, the "fker" (the religious authority) or the "hajj" (Arabic term for a person who made the pilgrimage to Mecca), elders (traditional authority), responsible(s) of existing association(s). In the case of women, it is interesting to underline that women's resource persons are the wives of masculine resource persons' profiles, a sort of "female version" of men's typology. To these profiles, the method added the midwife and young women like students who are particularly involved in the community life.

If comparing study sites, the two of them have the same target: to accompany habitants in their client relationship. This relationship is fostered for habitants with social and economic difficulties. The objective is to guarantee payment thanks to a trustworthy relationship between habitants – clients and the organization. The relationship surpasses a simple contractual relationship by including mutual understanding, social methods, participative approach and strong relationships with public structures when they exist.

From a gendered method to a gender reality, the two study sites have to adapt to their local contexts. At Saint-Pol-sur-Mer, the method is based on a client approach with a strong relationship with social services whereas in Lamkenssa, the methodology issued from social engineering has been adapted to the absence of local structures. It resulted in a stronger implication from the organization that LYDEC is trying to counterbalance by including international stakeholders for financial issues and local associations to maintain a social accompaniment of the community. (Fig. 1)

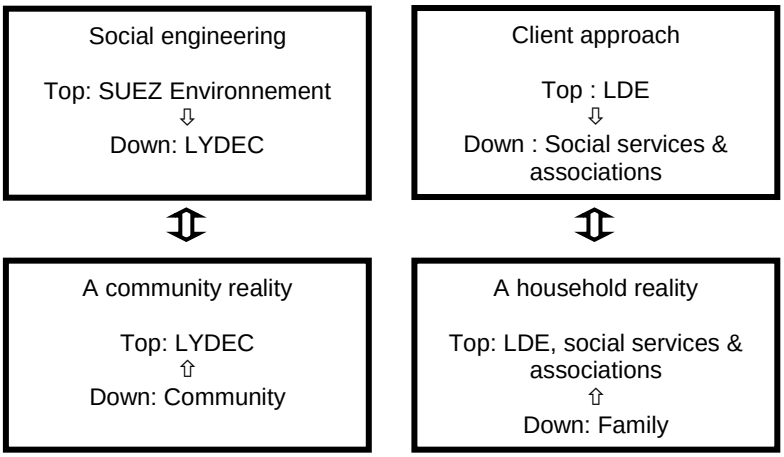


Figure 1: Top / Down communication
In the process of gender diffusion, gendered posture and gender reality will meet. In the case of LYDEC, the company has direct relationship with reality but only with the community. In the case of LDE, the company has a semi-direct relationship with reality but a direct link with families and individuals. Both programs want to ensure a client relationship based on responsibilities and trust.

In this study, women are seen as "repetitors". For both sites, women have a double status; they are "repetitors" and resource persons. In the case of Lamkenssa, they are also influential persons towards the community. Some women have a strong influence in the community life like old women and "hajja" (the feminine term for "hajj").
The distinction made between male and female resource persons shows the integration of a gender approach. This distinction is also widespread in different communication supports. A. Abdarazzak, responsible and social animator for Lamkenssa, insisted on the importance to differentiate between men, women and children "because they don't have the same center of interests and conception of water managing resources". It is important to question this cultural water conception and its impacts for water access and management.

A non-visible conception of women and water
The gender approach revealed non-visible ties between women, water and sustainable development within the company. This non-visible conception can be observed thanks to the comparison between entities. By comparing communication supports targeting customers, the four entities maintain a certain idea of women and water.
If women are seen as beneficiaries from water projects, they are also seen as housewife or household responsible. For instance, at LDE, the client magazine called "L'eau et vous" (You and water) is directly aimed at women. This magazine wants to help women in their daily relationships with water. A quantitative study of communication managers showed that the magazine wanted to help women with a women magazines type of communication.
Looking at the visual aspect of the magazine, there is a strong representation of women and girls. Men are very few and advices are women oriented based on health, beauty, sports, cuisine… For the communication manager of LDE, D. Ogeron, the magazine addresses women because they are seeking for this kind of information.
At a local scale, the strong relationship between women and water is also obvious. To better communicate on its program, LDE tends to animate various forums or water city bars to target associations and families. In many cases, many households don't know how to manage their water consumption. Social animators noted that women buy bottled water to guarantee a certain comfort to their kids. Many women have a strong unconscious relationship to water and hygiene. "Mothers asked us about water consumption but mostly about water quality. Even if their economic resources are limited, they will prefer to buy bottled water in order to guarantee comfort to their kids. When you asked them why, they will answer that it is a way to give what they can't give otherwise, it's like assuring their feeding function for them" observed V. Tordeur, communication manager in Dunkerque.
The global discourse on water and women, sustainable development and women suggests that women are better to preserve the environment. In Dublin, Beijing, Rio, Johannesburg or Mexico, women are seen as a key for development. They convey different values that will ensure a sustainable development and the success of MDG. They are more responsible, more pragmatic… "Women are seen as privileged environmental managers, a source of solutions for the environmental crisis" (Braidotti: 1994).

The international conferences proceeding are usually providing case studies to argue and prove their discourse. This affirmation based on reality implies a strong symbolic relationship between women and life, nature and environment that SUEZ has naturally integrated and taken into account in its communication supports and water implementation projects.

SIGNIFICANCE AND IMPACTS

Clients, citizens and individuals… A stronger relationship

The comparative approach further underlined gender impacts. The main difference between the two countries is social infrastructures. An outstanding feature of Morocco's WSS is the virtual absence of government subsidies: the sector is almost entirely self-financed through tariffs, beneficiary contributions, urban-to-rural cross subsidies, and cross-subsidies from electricity distribution. In terms of water implementation, it has a direct impact on the company's organization. It supposed a stronger implication from LYDEC at a community level. LYDEC is the only company in Morocco to have a dedicated department to communities' accompaniment.

Lyonnaise des Eaux in Dunkerque is also a precursor for the company and social animators have a strong knowledge of the family's issues. In their daily relationships with social services, they will share very private details to better understand situations and to adopt their response to families. This method based on social methods can be considered as intrusive; it shows however what private organizations are asked in the broader frame of sustainable development and water management.

Sustainable development asks for a deep societal change. For organizations like SUEZ, it means to foster their social responsibility in the limit of their status. The examples of Saint-Pol-en-Mer and Lamkenssa showed how the company try to articulate its social responsibility with a customer relationship. Their approach tend to spread within the organization underlying the need to establish stronger relationships between users and organization.

This need is related to the status of water. This rare and vital resource called for responsibility, dialogue, global management… To answer to debates related to the right to water, the organization has to develop local actions. To target women may be a choice, but it is also a natural and logical posture learnt from experience. "I didn't know I was doing gender before the World Bank used the notion in front of me. For me, it is mandatory to address women when you want to implement water access, they are the ones first concerned and the ones spreading messages for us" says I. Pechell, manager of the Client Accompaniment Department at LYDEC.

In France, if women don't have water chores anymore, water quality and services is a key in their daily life. Water cut will usually have a direct impact on their family life. For social animators, before cutting water connection, it is very important to verify that they are not cutting water to a family with children. "We know that it can have grave consequences however, it will also push the family to appear. Water reveals the social situation hidden by the house door. It's a way to build a bridge with families and to search for solutions" says J.-L. Dezoomer, responsible of the program "Water for all" in Dunkerque. As both a vital and a cultural good, water is connected to habitudes that will give keys to understand client practices and uses.

Gender as a tool: cultural and social keys

Gender analysis for a water implementation project is usually carried out as part of the overall process. Thanks to participatory methodologies and data collecting including gender criteria, the gender approach can help the organization to better understand water uses, attitudes and practices. This approach is also important for sanitation and hygiene knowledge. A gender analysis gives a transversal overview of the company and tools to better adopt local needs.

When examining an organization, gender will question responsibilities repartition, governance and power structures. It will also investigate what obstacles women may encounter to evolve and to access new positions. In the case of SUEZ, the sexo specific analysis showed that differences emerged between men and women during the key period of 30-45 years. There is a loss of women in the top management with an under representation of women called the glass ceiling. This expression defines situations where the advancement of a qualified person within the hierarchy of an organization is halted at a particular level because of some form of discrimination or other non visible reasons like availability, adaptation capacity, stereotypes, etc.

Gender is therefore a useful tool to get relevant information within a short and medium term. It is a social method providing a complementary diagnosis to water implementation projects but also for management, Human Resources or Sustainable Development. As a method, gender directly questions non-visible issues revealing cultural and social keys that may encounter a good management. The study of gender underlines the importance of company or society organization and therefore, its power structures.

Participation and governance

The gender approach calls for men and women participation to development. It questions governance and politics within a society. By promoting women's roles within the company, in water access and management, SUEZ wants to promote sustainable development. Governance usually refers to the exercise of political authority and the use of institutional resources to manage society's problems and affairs (World Bank, 1992). In the realm of sustainable development, it called for reasonable water uses, citizenship, ethics… The program "Water for all" and other actions led by SUEZ want to promote this global movement of changes in the sense of sustainable development.

This strategy can be observed at a local scale. The two departments target the same objective: to raise awareness on water uses, responsibilities and rights. This demarche is part of a sustainable development by promoting sustainable habitudes and fostering citizenship. In the communication of LYDEC, to provide water access is part of its citizen involvement for Casablanca and to target women is mostly seen as a way to promote development.

At Lamkenssa, water access gave more responsibilities to women. They gained stronger influence within the community and they also became the family budget manager. In focus groups, women are very curious about administrative steps and financial solutions to pay water connection. Water access fosters their roles as they are generally the first concerned and to experiment water implementation benefits. The study of gender revealed this change in power structure and in the community life.

To integrate gender as a tool help organization to accompany their policy targeting sustainable development by measuring impacts, considering policies, etc. Gender is not just limited to promote diversity; it is calling for broader changes in the sense of equal participation between stakeholders, individuals and the company.

Gender and water management means to face a gender diversity, to consider traditional roles and representations, to develop social diagnosis and dialogues, to integrate gender in managing methods and to promote gender as a tool in WSS. To bring stronger changes within a society and an organization, it means to consider internal and external factors to lead strong policies towards women and governance, a major stake for water and sustainable development.

REFERENCES

Bissilliat J., Vershuur C. (2002) Genre et économie : un premier éclairage. Paris : Editions L'Harmattan, Cahiers Genre et Développement, Paris, France.

Bissilliat J., Vershuur C. (dir.) (2000) Le Genre : un outil nécessaire ; introduction à une problématique. L'Harmattan, Paris, France.

Boserup, E. (1970). Woman's Role in Economic Development. G. Allen & Unwin Ltd, London, England.

Benería L. & Bisnath, S. (2001). Gender and development: theoretical, empirical and practical approaches. Edward Elgar Publishing Inc, Northampton, United States of America.

Braidotti R., Charkiewicz E., Hausler S. and Wieringa S. (1994). Women, the environment and sustainable development. Toward a theoretical synthesis. London: Zed Books Ltd, England.

Hervé-Bazin C. (2007). Gender and Private Companies in Water Supplies Programs: Case of LYDEC in Casablanca. *New Directions in Urban Water Management,* UNESCO-IHP, Paris, France.

Moser, C. (1993). Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training. Routledge, London and New York, England and United States of America.

SUEZ (2003). La vraie bataille de l'eau. Les Editions Stratégiques, Paris, France.

9. « Eau et lobby, menace ou opportunité ? »
Colloque « L'environnement sour la pression des lobbies », 11 février 2009, Pavillon de l'eau, Paris, Université Paris 1, Master Recherche Géographie environnementale et paysages ?

Présentation à partir d'un power point.

10. Présentation du travail de thèse « Femme, Eau et Développement Durable » Séminaire CELSA, 12 février 2009

- Comment l'objet « Femme, Eau et Développement Durable » émerge, se construit, devient visible et se diffuse en utilisant l'approche genre au service de la concrétisation du Développement Durable ?

HYPOTHESE 1

- Selon ces chercheurs américains, l'expression du litige obéit à trois temps ; « Naming », le temps de « nommer », « Blaming », le temps de « reprocher » et « Claiming », le temps de « s'affirmer ». Ferlstiner.

- L'affirmation et l'émergence visible du rôle de la Femme dans l'accessibilité à l'eau et la participation au Développement Durable a présenté les mêmes étapes que celle de la construction d'un litige passant par le « naming », « blaming », « claiming » à travers l'approche genre (hypothèse 1).

HYPOTHESE 2

- L'approche genre fait entrer le discours sur Femme, Eau et Développement Durable dans la sphère d'un « proving » afin de donner une existence concrète qui permette de faire avancer la situation de la femme et de ne plus subir de « dispute » (hypothèse 2).

HYPOTHESE 3

- L'objet théorique est un discours né de la circulation entre les acteurs de l'espace public répondant à une logique de diffusion d'un acteur initiateur vers un acteur cible qui évolue au fur et à mesure de la construction du visible de l'objet.

CADRE EPISTEMOLOGIQUE

- Construction / constructivisme

- Espace Public / espace de circulation

- Jeux des acteurs / Face des acteurs

- Genre

METHODE

- Approche comparative

- Organisation placée au coeur de l'analyse

- Notion de cadre / discours encadrant

11. Providing a vision for water innovation for European water research
APA 2009, International Exhibition and Conference on Water, Bucharest, Romania, June 22-23 2009.

Publication dans Romacqua, revue de l'association ARA, Association Roumaine de l'eau.

In 2004, the European Union created European Technology Platforms (ETPs) that aim at "bringing together technological know-how, industry, regulators, and financial institutions to develop a strategic agenda for leading technologies"[168]. A primary objective of ETPs is to influence industrial and research policy at the European, national and regional level, and to encourage public and private investments in R&D and innovation in key technological areas.
After four years of existence, ETPs had a real impact on other community policies, such as industry, sustainable development, health, transport and education. They played an important role in overcoming regulatory and administrative barriers to research and innovation in Europe as well as to influence broader societal issues. ETPs are one of the different tools launched to concretely apply the Lisbon Agenda.
The WssTP was initiated to stimulate the development of a long term Research and Technology Development strategy for the European water sector. The WssTP aims to develop an effective collaboration between the different communities working in the water sector. The WssTP provides strategic answers for the water research future challenges. It currently has 49 members and 142 contributors from Industry, Academic, Research, Policy Makers and Water Utilities. The organisation already developed three key documents including the Strategic Research Agenda (SRA) in 2006, a Vision Document and an Implementation plan in 2007 and 2009. Addressing stakeholders of each European country, the WssTP aims at representing both Europe and the water sector interests for the specific domain of water research. From Fundamental Research to implementation, the WssTP is proactive in identifying future challenges.
To ensure an effective collaboration between the different communities working in the water sector, the WssTP has set up six pilots programmes in accordance with the Strategic Research Agenda and the principles of Integrated Water Resource Management (IWRM). A Pilot is an organisational structure addressing a major European water problem and covering the pre-competitive phase of generic research and enabling technologies development as well as the competitive phase of real-life application through a number of specific implementation cases executed by commercial consortia.
The six pilots target "Mitigation of water stress in coastal zones", "Sustainable water management inside and around large urban areas", "Sustainable water management for agriculture", "Sustainable water management for industry", "Reclamation of degraded water zones" and "Proactive and corrective management of extreme hydro-climatic events". In addition to these programs, the WssTP also created three task forces on "Climate Change", "Managed Aquifer Recharge" and "Monitoring and sensors" in 2009. Task Forces are working groups handling cross-cutting issues of several Pilot Programmes on a specific topic for a limited duration in time.
The WssTP works on a voluntary basis and all interested persons can join our pilots and later, become a member of the platform to further get involved in its activity. By joining the WssTP, members help to identify future research needs and future challenges from Fundamental Research to Implementation projects; to deliver research strategic vision and produce evidenced based reports on water research; to set up and provide outcomes to European Research Programmes for the Water sector; to contribute to the implementation of the SRA by joining the Pilot activities or to benefit from a strong network with different stakeholders working in the water sector. Our main target and vision is to ensure that by 2030, the European water sector will be a leading centre of expertise for providing safe, clean, affordable and sustainable water and sanitation.

[168] Third Status Report on European Technology Platforms, At the Launch of FP7, Report compiled by a Commission Inter-Service Group on European Technology Platforms, March 2007 Directorate-General for Research EUR 22706 EN.

12. Soumission Texte, Revue des Arts de l'Oralité, Appel à contribution, Avril 2008, Association OCCAD (A but non lucratif) Oralité, Conte pour l'Amitié, le Dialogue et le Développement, Béni-Mellal, Maroc.

Titre :
Eau et femme, entre symbolique et valeurs féminines.

Résumé :
Eau et femme, un symbole de développement, un créneau en faveur du développement durable et un discours que la scène internationale s'est réappropriée en matière de gestion de cette ressource vitale. De la conférence de Dublin en 1992 à Beijing en 1995 ou le 4ème Forum Mondial de l'Eau de Mexico en 2006 ; les femmes sont considérées comme des gestionnaires indispensables au secteur de l'eau. En quoi l'eau et la femme sont-elles alors liées à des croyances et symboliques plus profondes qui se transmettent à travers les pratiques et au fil du temps. Pure ou purificatrice pour le religieux, rare pour l'homme du désert, imprévue et chérie par le marin ou encore, mystérieuse et impalpable pour le poète ; l'eau est un caractère féminin bien trempé… Derrière la symbolique féminine aquatique, ce sont les valeurs attribuées à la femme qui coulent avec l'eau. En tant que valeur féminine, l'eau devient l'imaginaire emblématique de la vie où l'image de la femme apparaît comme un lien dans le temps et entre les lieux. Cet article présente les grandes attributions symboliques données à l'eau et leurs liens avec des figures féminines clés en dressant des valeurs attachées à la femme dans l'imaginaire collectif.

Notice biographique :
Céline Hervé-Bazin est Doctorante en Sciences de l'Information et de la Communication sous la direction de Nicole d'Almeida au CELSA (Sorbonne) sur « Femme, Eau et Développement Durable, de la stigmatisation de l'invisible à la mise en visibilité de l'efficace » à travers une comparaison entre la France et le Maroc où le genre est placé au cœur de son étude.

Mots clés :
Eau, Femmes, Symbolique, Légende, Croyances religieuses.

Title:
Water and women, between symbols and feminine values.

Summary:
Water and women, a symbol for development, a strong argument to reach Sustainable Development and a current discourse related to gender and development in international issues aiming at improving a better water management. Since Dublin statement on water in 1992, the fourth world conference on women in Beijing (1995) or the last world water forum in Mexico, women are increasingly considered as essential water managers in water supplies projects. What can water symbols and legends learn us toward women and water in the realm of sustainable development? Pure and purifying, rare, cherished but unpredictable or mysterious, water evocates very different feminine images… If looking to feminine water values; legends and beliefs can revealed how water had an impact on woman's image but also, how water is related to women. This article draws a portrait of major symbols related to water and women underlying the corresponding values to women in our imaginary.

Key words:
Water, Women, Symbols, Legends, Religious Beliefs.

EAU ET FEMME : entre symbolique et valeurs féminines

« Il n'y a pas de différence entre l'eau et la matière première même : la Mère »[169]. Le ton est donné par Paul Claudel pour qui l'eau est le lieu du premier amour : la Mère. Image recherchée de la figure maternelle, de la jeune fille dissoute, de la nymphe séduisante, de la sirène dangereuse ou de la mer impétueuse ; les portraits dressés de l'eau par les Hommes sont synonymes de valeurs. Pure ou purificatrice pour le religieux, rare pour l'homme du désert, imprévue et chérie par le marin ou encore, mystérieuse et impalpable pour le poète, l'eau est un caractère féminin bien trempé… Derrière la symbolique féminine aquatique, ce sont les valeurs attribuées à la femme qui coulent avec l'eau.
Immuable, indolore, incolore et sans saveur, l'eau est un « ligamen », une bande selon l'étymologie latine qui veut dire, lier deux entités. Fonction essentielle du liquide transparent, l'eau, « reliante » selon Gaston Bachelard, crée du lien entre deux dimensions : le temps et l'espace. Liaisons heureuses et dangereuses entre les Hommes, l'eau exerce un transfert symbolique essentiel à travers les générations et entre les cultures à une époque donnée. Un lien où les images de la femme renvoient à la « vie » transmise par l'eau et la femme.
Dans le contexte actuel de menaces sur la ressource et de promotion du rôle de la femme de sa gestion, s'interroger sur eau et femme à travers une approche symbolique pourrait révéler en quoi notre rapport à l'eau est encore teinté des croyances et pratiques anciennes. Le discours eau et femme est en effet un symbole de développement, un créneau en faveur du développement durable et un discours que la scène internationale s'est réappropriée en matière de gestion de l'eau. De la conférence de Dublin en 1992 à Beijing en 1995 ou le 4ème Forum Mondial de l'Eau de Mexico en 2006 ; les femmes sont considérées comme des gestionnaires indispensables au secteur de l'eau.
C'est à travers les multiples figures de l'eau en général, et féminines plus particulièrement, que se croisent symboliques de l'eau et représentations de l'image de la femme. Derrière les personnages clés et récurrents retrouvés au fil des croyances, l'entrée eau et femme est révélatrice de l'image et du rôle de la femme dans nos sociétés actuelles dont il faut chercher « les liens symboliques qu'elle (l'eau) crée sur l'axe du temps »[170]. L'enjeu est alors de comprendre en quoi notre imaginaire révèle des valeurs actuelles sur l'eau et les femmes.

La mer ambivalente, femme inconnue et lait maternel

« Tout comme l'eau pure représente le Bien, l'eau impure représente le Mal »[171]. Bien ou mal, salvatrice ou mortelle, abondante ou rare, attendue ou redoutée ; l'eau est porteuse de représentations autant contradictoires que réversibles. Duale, l'eau associe valeurs opposées tant dans la symbolique religieuse que dans l'imaginaire issu des mythes et mythologies existants que la mer nourrit.
Lieu épars et inépuisable, aussi changeante que magnifique, la Mer est une figure religieuse essentielle. Antithétique, dans *Le Coran*, la Mer profonde est associée aux ténèbres, à l'obscurité et au caractère inconnu et redoutable de l'Océan[172]. Encore, dans l'épisode de Jésus marchant sur les eaux, elle devient rassurante dès le retour du fils de Dieu. La mer est la personnification symbolique des attributs contradictoires d'une eau bienveillante et malveillante.
Manifestation de la Providence au Moyen-Age, elle détient une force qui dresse les limites des Hommes comme « les ondes de tempêtes (le *Sturmflut*, unissant forces du vent et forces de la mer), dont l'Occident garde des souvenirs angoissants et des traces durables »[173]. Cette force est synonyme de violence, « un des premiers schèmes de la colère universelle »[174]. Figure du Diable et étendue apaisante, ses créatures marines représentent Mal et force séduisante.
Les sirènes par exemple, créatures de la mythologie grecque sont représentées en mi-femme, mi-oiseau ; leur chant envoûtant attire les marins amenant leurs navires à se fracasser sur les récifs. Dans l'Antiquité, la sirène est un être fabuleux, à tête et torse de femme et à queue de poisson. Elle passait pour attirer, par la

[169] Paul Claudel, « Cinq grandes odes », cité par Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I.EAU, 2001, p. 19.
[170] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I. EAU, 2001, p. 27.
[171] Ibid., p. 20.
[172] *Le Coran*, sourate 24, 40.
[173] Exposition BNF, « La mer, terreur et fascination », Paris : 2004.
[174] « Le Thème littéraire », Exposition BNF, « La mer, terreur et fascination », Paris : 2004 et Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris, Librairie José Corti, 1942, p. 194.

douceur de son chant, les navigateurs sur les écueils. Devenue plus douce avec *La Petite Sirène* de Hans Christian Andersen, elle devient un sujet poétique aimé des poètes comme dans la Loreley[175].
Les attributs de la sirène caractérisent ceux de la Mer ambivalente, celle qui nous attire et pourtant redoutée. Cette personnification de la femme est résumée par Victor Hugo où « la mer est une femme imprévisible dont la nature profonde reste secrète pour les humains. Douce et superbe, elle mérite les madrigaux que lui adressent les bourgeois. Gaie, aucun élément ne peut afficher une apparence aussi joyeuse ; lorsqu'elle soupire, pendant que le récif chante, elle est l'image même de la sérénité. Mais c'est aussi un être cruel et hypocrite, un être qui cache son impatience derrière un calme apparent »[176].
Dans cette même ambivalence, la Mer est une figure bienfaisante proche de la Mère recherchée pour son réconfort et sa protection dans le panthéon des Dieux grecs, telle à Téthys, la mère de la tétée, des fleuves et de la Mer, qui évoque la substance liquide du lait maternel.
Liquide blanc et laiteux, « la mer est pour tous les hommes l'un des plus grands, des plus constants symboles maternels »[177]. La poésie de la Mer fascine, elle suscite et révèle les rêveries les plus profondes qui rattachent à la mère, en tant que « chant à deux portées dont la plus haute, la plus superficielle, n'est pas la plus enchanteresse. C'est le chant profond… qui a, de tout temps, attiré les hommes vers la mer »[178]. Une caractéristique que Gaston Bachelard retrouve chez Jules Michelet où « la poésie de la mer est donc une rêverie qui vit dans une zone profonde. La mer est maternelle, l'eau est un lait prodigieux »[179] et chez Saint-John Perse évoquant « les eaux calmes du lait »[180].
Retrouver dans l'eau de la mer, la mère, pose une question inconsciente où c'est toute l'histoire de la civilisation qui se joue ; elle est « la mer aimée, la "vraie", "l'éternelle", celle qui est investie au plan affectif et qui est le lieu de toutes les projections émotives (…) C'est la mer-nourricière, la mer-tempête, la mer-purificatrice, la mer-paysage ; une mer irrationnelle, à la fois mystique et mythique, un espace initiatique, hors de la civilisation et qui rappelle aux hommes leurs propres limites »[181].

Eau amère : Judith, visible et invisible

« L'eau est métaphore de l'idéal de *La Torah* qui se répand. »[182] Élément concrétisant la Loi de Dieu, l'eau est un élément structurant de la société religieuse et profane. À l'origine de la naissance et de l'organisation de la vie en société, l'eau est un élément qui ordonne l'habitat, la ville et le quotidien de l'Homme. Dans les trois textes saints, l'eau incarne la parole et la loi divines en tant que l'eau est la preuve du pouvoir de Dieu. Dans *Le Coran*, l'eau est l'attribut même d'Allah dont le trône est sur l'eau[183] introduisant une « comparaison entre l'eau et la parole dictée au prophète »[184]. Aujourd'hui encore, la Charia désigne la loi de l'eau, une nouvelle « preuve d'une codification fort ancienne chez les Arabes »[185].
Dans *La Bible*, l'eau est tout autant la manifestation de la parole de Dieu, elle coule comme les écrits de l'Ancien Testament[186] ou comme la « source de Coré »[187] dans l'épisode de Samson. Surtout, dans la religion juive, c'est l'épisode des tablettes de la Loi qui associe l'eau au droit où les « 613 tables de la Loi, que Dieu envoie à Moïse, sont qualifiées d'averses bénéfiques, apportant salut matériel et spirituel. Elle fait de l'eau une véritable métaphore de la Loi, autrement dit de ce qui est à l'origine même du monothéisme »[188].

---

[175] Guillaume Apollinaire, « La Loreley », 1902.
[176] Victor Hugo, *Les travailleurs de la mer*., p. 139-140 cité par Michel Roux, *L'imaginaire marin des Français*. *Mythe et géographie de la mer*. Paris : Editions L'Harmattan, 1997, p. 132.
[177] Mme Bonaparte « Le cycle de la mère-paysage », p. 367 cité par Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 133.
[178] Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti, 1942, p.133.
[179] Ibid., p.137.
[180] Jules Gritti, L'eau, mythes et symboliques, Paris : C.I.EAU, 2001, p. 19.
[181] Michel Roux, L'imaginaire marin des Français. Mythe et géographie de la mer, Paris : Editions L'Harmattan, 1997, p. 15.
[182] Patricia Hidiroglou, L'eau divine et sa symbolique, Paris : Albin Michel, 1994, p. 49.
[183] *Le Coran*, sourate 11, 7.
[184] Denise Masson, L'eau, le feu, la lumière, Paris : Desclée de Brower, 1985, p. 26.
[185] Mohamed Larbi Bouguerra, Les batailles de l'eau, Paris : Editions Charles Léopold Mayer, 2003, p. 37.
[186] *La Bible*, Deutéronome. XXXII, 2
[187] *La Bible*, Juges 15, 18-19.
[188] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I. EAU, 2001, p. 47.

Rapporté à la femme, Judith illustre les valeurs portées par la femme relatives à droit et eau ; ces dernières oscillent entre visible et invisible. Rappelons son histoire. La ville de Béthulie est encerclée par Holopherne, le Général des armées de Nabuchodonosor et roi des Assyriens qui ont exterminé toutes les nations qu'ils ont pu traverser. Les habitants et les chefs de la ville, désemparés, sont prêts à capituler à cause du manque d'eau[189]. Apprenant cette décision, Judith, veuve pieuse décide d'agir et devient l'instrument actif de la loi divine[190].

Choix incompréhensible d'une femme qui entre dans le panthéon des figures héroïques juives, Judith est une « héroïne dans la lignée d'autres personnages comme Yaël ou David, dont la grandeur tient en une formule lapidaire de St Paul : « ce qui est faible dans le monde Dieu l'a choisi pour confondre le fort » (1 Co 1, 27) »[191]. Judith, (étymologiquement « la juive ») est la loi sollicitée, celle qui rétablit et établit l'Idéal de la loi (ici, *La Torah)* qui se répand. Elle est la figure principale parmi d'autres femmes liées à l'eau.

Spectres invisibles des trois livres saints, les figures liquides et féminines sont telles à la fiancée du Cantique des Cantiques, « cette femme abstraite des Proverbes se retrouve en fait, tout au long de la Bible, depuis Eve jusqu'à Esther. Les hommes agissent à visage découvert, mais derrière leurs actes se cachent des femmes intervenant en secret, à l'intérieur, sous un voile. C'est là la caractéristique essentielle des femmes de la Bible : elles sont d'une importance décisive, elles dominent, elles déterminent la face des événements sans être vraiment des personnages publics »[192]. Myriam, Axa, la Samaritaine dans *La Bible*, Yaël ou Esther dans *La Torah* ou encore, Agar et Myriam dans *Le Coran*, ont des destins liés à l'eau. Elles accomplissent la loi de Dieu dans le texte et sur la sphère publique, visibles et invisibles.

Rappelons enfin le pouvoir de l'eau de rendre visible. Dans *La Torah* et *La Bible*, « l'offrande de la dénonciation » dite l'eau amère, permet le respect de la Loi contre la femme adultère. L'eau agit comme un sérum de vérité au service de Dieu, elle devient un vecteur du pouvoir qui célèbre ou punit la femme ; « le rite des "eaux amères" opéré dans la Bible pour circonvenir la femme adultère, système d'ordalie qui a eu de nombreux développements dans la juridiction chrétienne médiévale »[193].

Sang et eau : Ophélie, la pureté recherchée

« Que serait l'idée de pureté sans l'image d'une eau limpide et claire, sans ce beau pléonasme qui nous parle d'une eau pure ? »[194] L'eau a une fonction primordiale pour l'Homme : elle purifie. Le mythe de la pureté est celui d'une substance chimique pure, sans souillure, qui lave et restitue ce qui a été perdu.

La purification est ce lien de l'Homme vers Dieu qui le régénère en quittant le profane. Plus qu'un pouvoir distinctif du sacré et du profane, l'eau a le pouvoir de restaurer le lien perdu par la souillure ou le pêché. Ces pratiques se retrouvent dans la religion juive et musulmane. Le Miqvé, par exemple, est un bain rituel juif utilisé pour les ablutions ; « s'y immerger revient à se purifier, à se rendre disponible à la spiritualité, après un temps de souillure »[195]. Pour les femmes, le Miqvé est un moment essentiel, « l'immersion permet une transformation de l'être ou de l'âme, une disposition à la spiritualité (…) le passage par le Miqvé circonscrit le temps de la sexualité et donc les possibilités de se générer dans le cadre de la pureté familiale »[196]. Elle permet à la femme de réintégrer la société juive qu'elle avait dû quitter, impure à cause de son contact avec le sang.

Les vertus de pureté de l'eau guident de nombreuses pratiques et croyances au-delà du monde religieux. L'eau détient un pouvoir, une vertu qui relie l'Homme au Supérieur. Jules Gritti rappelle ainsi que « la force de l'eau des fontaines et des sources est d'avoir été de tout temps considérée comme miraculeuse, c'est-à-dire chargée de vertus curatives et capable de lutter contre la maladie et la mort »[197]. Le caractère du rite prend toute sa valeur, celui de l'espoir d'un renouveau, un référent de sacré dans le profane encore

[189] *Le Livre de Judith*, 7 : 20-22.
[190] *Le Livre de Judith*, 8 : 32.
[191] Daniel Doré, « Le livre de Judith ou la guerre et la foi », Cahier Évangile. Paris : Éd. du Cerf, n°132, juin 2005.
[192] Adin Steinsaltz, Hommes et femmes de la Bible, Paris : Albin Michel, 1990, p. 234-235.
[193] Patricia Hidiroglou, L'eau divine et sa symbolique, Paris : Albin Michel, 1994, p. 49.
[194] Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti.
[195] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboles, Paris : C.I. EAU, 2001, p. 51.
[196] Patricia Hidiroglou, L'eau divine et sa symbolique, Paris : Albin Michel, 1994, p. 73.
[197] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboles, Paris : C.I. EAU, 2001, p. 36.

perceptible aujourd'hui dans les centres de thalassothérapie, des espaces où l'on vient prendre les eaux autour d'une « notion fondamentale : celle de pureté »[198].
La pureté donne son caractère moral à l'eau comme à la jeune fille dont Ophélie est le symbole. Fiancée malheureuse, figure rêvée de William Shakespeare, elle doit rester pure.

> « Si tu te maries, je te donnerai pour dot cette malédiction ; sois aussi chaste que la glace, aussi pure que la neige, tu n'échapperas pas à la calomnie. »[199]

Ces deux comparaisons avec l'état solide de l'eau (la neige et la glace) rappellent la virginité de la jeune fille. Cette vertu est essentielle aux yeux des hommes de la pièce comme lui rappelle son frère, Laërte. Elle ne peut appartenir à un homme où elle serait perdue.
Figure apparentée au mythe de l'onde, le personnage d'Ophélie est nourri de multiples associations symboliques. Nymphe blanche aux attraits séducteurs, elle est le lieu même de l'expression de l'eau, un mythe du voyage où l'image féminine est recherchée, une figure de la fraîcheur et de la pureté. Elle est celle qui succède à la mère et que le poète projette comme une substance voluptueuse et chantante ; « dans la vie de tout homme, apparaît la seconde femme : l'amante ou l'épouse. La seconde femme va aussi être projetée sur la nature. À côté de la mère-paysage prendra place la femme paysage »[200].
Substance idéalisée, Ophélie est la substance liquide par excellence. Elle incarne la pureté par la blancheur de leur peau[*] et sa virginité symbolisée par l'hymen intact qui n'a pas encore coulé et qui, une fois déchiré, concrétise le désir de l'homme qui disparaît avec lui. En perdant son sang virginal, elle perdrait ses attributs évocateurs qui font d'Ophélie un être voué à la mort ; « la douce Ophélie, la sacrifiée d'Hamlet, est alors une figure vouée à flotter dans un long souvenir d'innocente morte. Tout au long de sa pièce, William Shakespeare ne cesse de souligner le lien entre femme, la mort… Et l'eau »[201]. Cette relation entre femme, eau et mort est au cœur de l'inspiration poétique et du mythe d'Ophélie. Le sang, la perte de l'hymen, sépare la jeune femme dissoute, jamais atteinte, et la femme, objet répulsif et mal compris avec ses pertes de sang cycliques et malfaisantes. Ophélie en mourrant dans l'eau et sans avoir perdu le sang de l'hymen est la vierge qui garantit la pureté de l'eau et sans danger pour l'Homme. Ophélie garantit à l'eau, la pureté recherchée.

DEPUIS LE JARDIN D'EDEN : LA TRANSMISSION D'EVE

« Héritier : de l'eau, bain de vie au sens multiple, lui est transmise. »[202] Autour de l'eau sont transmises des valeurs essentielles, des qualités qui doivent guider et caractériser la femme. Cette transmission est symbolisée par des lieux dans les textes saints notamment, le puits.
Rebecca, Séphora et Rachel rencontrent leur destin près d'un puits ou encore, Agar et Maryam sont sauvées près d'un puits. Autour de ce point d'eau, deux valeurs essentielles sont transmises. La première est celle de la rencontre menant au mariage et la seconde est celle de la charité, un acte à généraliser à celui du don de l'eau. Dans *Le Coran*, l'épisode d'Agar prend une signification supplémentaire. Le fils qu'elle porte est Ismaël, le père de la lignée du prophète Mahomet ; « le murmure de l'eau « zam zam » donne son nom au premier puits sacré de l'Islam : le Zam Zam. Il est la preuve que Dieu a entendu Ismaël et lui a envoyé son eau divine »[203]. Pour les musulmans, la prière d'Agar est celle du père du prophète qui la sauve quand il n'est qu'un fœtus dans le ventre de sa mère.
Les faits du puits rappellent la répartition des tâches qui est sous-entendue par les trois textes saints. Dans la Genèse, « ce sont les femmes qui vont puiser l'eau »[204]. Tâche féminine, « les points d'eau peuvent aussi marquer la distance entre l'univers féminin du lavage (fontaine-lavoir) ou de l'élevage (fontaine-

[198] Michel Roux, L'imaginaire marin des Français. Mythe et géographie de la mer, Paris : Editions L'Harmattan, 1997, p. 192.
[199] William Shakespeare, Hamlet. Acte III, scène I.
[200] Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 144.
[*] Voir les représentations picturales d'Ophélie de John Everett Millais, Eugène Delacroix, Odilon Redon ou Michel Cure.
[201] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboles, Paris : C.I. EAU, 2001, p. 17.
[202] A. Granger, Analyse critique de « Julien le Fidèle ou le banquet des démons », www.e-literature.net - Régis Debray, Julien le Fidèle ou le banquet des démons, Paris : Gallimard, 2005.
[203] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I. EAU, 2001, p. 57.
[204] *La Bible*, La Genèse 24, 11.

abreuvoir), et l'univers masculin du travail de la terre »[205]. Le puits est associé à la femme plus particulièrement dans *La Bible* et *La Torah*, « qui a l'époque pastorale, concerne surtout la femme, symbolise la sociabilité, les rencontres, les promesses de mariage (…) l'eau du puits est une eau matérielle à laquelle s'attachent des vertus familiales de transmission liées implicitement aux valeurs d'hospitalité »[206].

Ces lieux symboliques de la transmission des valeurs ont une attribution de lien(s) entre les générations c'est-à-dire, une pratique redondante dans le temps qui permet aux valeurs de rester. L'eau, par sa fonction reliante, sert de boussole, de point de repère invariable pour la continuité de la culture et des pratiques. Hors du champ religieux, des lieux d'eau deviennent vecteurs de transmission en tant que « l'eau a toujours mis en jeu l'ensemble de la collectivité »[207]. Le Hammam, par exemple, devenu le lieu des ablutions et assimilé à la Mosquée, est un espace privilégié dans la vie d'un musulman. Pour les femmes, il « est le lieu par excellence de la soirée pour les hommes comme pour les femmes davantage encore que le café, espace presque exclusif des hommes »[208].

Une fonction reliante représentée par Eve, la vivante (Hawwa(h) en hébreu) qui est, selon la tradition, le premier personnage féminin de *La Torah* et *La Bible*. Seulement mentionnée comme l'épouse d'Adam dans *Le Coran*, Eve est la mère de l'Humanité et celle qui apporte le changement en croquant le fruit de l'arbre de la connaissance. Cet acte condamne l'homme et la femme à quitter le jardin d'Eden[209]. Au-delà du débat sur sa responsabilité, c'est la symbolique du personnage d'Eve et de son acte qui font d'elle un personnage de transition.

En tant que donatrice de vie, l'acte d'Eve prend une signification symbolique à travers le jardin d'Eden. Ce jardin paradisiaque représente, dans l'imaginaire collectif, le lieu de résidence parfait dans les trois religions. Dans *La Torah*, un fleuve à quatre bras coule dans le jardin d'Eden où se baigne Adam pour retrouver son lien originel avec Dieu. Le jardin d'Eden symbolise le retour à la femme vierge et pure, celle qui n'a pas succombé à la tentation et qui relie au Supérieur. Eve, avant d'être tentée par le serpent, est bien une vierge pure. Dans cette lignée, elle incarne la femme idéale que Rebecca, Rachel ou Sephora représentent. Le puits ou le fleuve de l'Eden devient le lieu de l'héritage des valeurs que la femme protège. Eve, mère de tous les vivants s'est rachetée en donnant naissance, « peut également représenter la vie car elle s'affranchit des règles édictées pour engendrer de nouvelles possibilités et d'autres voies favorisant l'autonomie du sujet »[210]. Elle symbolise la transition et la continuité.

<u>L'eau de la vie : la Mère, matrice originelle</u>

« L'eau est, par excellence, le principe fécondant, le germe de toute chose. »[211] En termes symboliques, l'eau est à l'origine de la vie. Matrice de vie et principe fécondant, l'eau est le liquide de l'union, de la séparation des sexes et de la genèse de l'être. Une matrice originelle où la fécondité maternelle est principe conducteur de la force symbolique.

Dans les trois textes, l'eau est l'élément qui permet la création des deux sexes et de la vie animale et végétale[212]. Dans la Genèse, il est mentionné que « l'esprit de Dieu planait sur les eaux ». Pour Denise Masson, « cet esprit est, d'après la traduction littérale de l'hébreu, le souffle vivificateur, l'énergie primordiale qui donne à l'eau sa fécondité »[213]. L'esprit qui plane sur les eaux et la séparation de celles-ci est en réalité, la séparation des principes mâle et femelle instaurant la différence entre sexes et le rôle de chacun[214]. L'eau, divisée en deux sexes, est la seule qui puisse donner la vie, « lorsque la terre est seulement arrosée par ses propres eaux, eaux féminines (Pirqé R. Eliézer 5), il ne s'agit pas d'une pluie de bénédiction comme dans le cas de l'union avec les eaux masculines »[215] ; une symbolique de vie retrouvée dans nombre de civilisations.

---

[205] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I.EAU, 2001, p. 38.
[206] Patricia Hidiroglou, L'eau divine et sa symbolique, Paris : Albin Michel, 1994.
[207] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I.EAU, 2001, p. 42.
[208] Patricia Hidiroglou, L'eau divine et sa symbolique, Paris : Albin Michel, 1994, p. 152.
[209] *La Bible*, La Genèse 3, 21-24.
[210] P. Perrault, « Le Jardin d'Eden comme symbole féminin de la grossesse ». *Interbible*, juin 2005.
[211] Jacques Bethemont, « L'eau, le paradis, l'enfer », Les Actes du FIG 2003 : Saint Dié des Vosges, 2003.
[212] *Le Coran*, sourate 25, 54 ; sourate 24, 45 & sourate 6, 99.
[213] Denise Masson, L'eau, le feu, la lumière, Paris : Desclée de Brower, 1985, p. 17.
[214] Patricia Hidiroglou, L'eau divine et sa symbolique, Paris : Albin Michel, 1994, p. 37-38.
[215] Ibid., p. 38.

Dans la mythologie grecque, l'eau féconde est double à travers l'image de Thétys et Okéanos. Ce couple représente l'alliance pour la vie et rappelant que l'eau est masculine et féminine. Ensemble, l'eau masculine et féminine est issue d'« un processus ambigu et d'une cosmogonie à l'autre, ce principe aqueux et fécondant peut être féminin ou masculin : féminine, l'eau maternelle et laiteuse qu'évoque Gaston Bachelard en citant Edgar Poe et Saint-John Perse ; masculin, le sperme du dragon chinois ou malais incarné par l'Empereur, qui féconde rituellement la terre. Basée sur ce même principe de virilité aqueuse, la tradition aussi bien auvergnate que germanique ou mélanésienne, recommande aux jeunes filles de ne pas s'approcher des fontaines une fois la nuit tombée, de crainte d'être fécondées par le principe viril de l'eau »[216].

Si cette séparation de l'eau met en avant la matrice originelle où se mêlent les deux principes sexuels, prédomine le principe de la mère où « tout liquide est une eau ; ensuite toute eau est un lait »[217]. Ce lait résume la vertu de l'eau comme la substance liquide de la Mère « un ultralait, le lait de la mère des mères. Paul Claudel brutalise en quelque sorte les métaphores pour aller d'une manière fougueuse, immédiate, à l'essence. « Vos sources ne sont point des sources. L'élément même ! La matière première ! C'est la mère, je dis, qu'il me faut ! »[218].

Ce principe nutritif de l'eau a une double fonction, il projette et rappelle un élément concret. L'imaginaire collectif ou personnel est donc plus fertile, réel et récurrent quand il provient d'une expérience vécue. Ainsi, pour Gaston Bachelard, « l'imaginaire ne trouve pas ses racines profondes et nourricières dans les images ; il a d'abord besoin d'une présence plus prochaine, plus enveloppante, plus matérielle »[219]. L'eau à travers la symbolique du lait devient un lien inconscient vers un lieu substantiel, matérialisé, vecteur de représentations fortement ancrées dans la logique de transmission sociale.

« Et il n'y a pas de différence entre l'eau et la matière première même : la Mère »[220] ; un symbole de vie et de fécondité dont le liquide amniotique est le premier vecteur. Liquide qui protège le bébé des chocs et où grandit l'enfant à naître, le liquide amniotique est le lieu initial de toute vie. Il confère à la femme et à l'eau ses vertus de fécondité et vie. Il pose un lien eau – féminin traditionnel où l'eau est, en effet, « perçue comme un élément de fertilité : il donne la vie, tout comme la femme. Cette association pourrait venir du fait que la femme donne la vie grâce à l'eau - le liquide amniotique contenu dans l'utérus. L'eau est fluide, changeante, elle guérit et porte la vie - toutes ces caractéristiques étant traditionnellement féminines »[221].

Cette substance liquide devient le lieu subjectivé du retour à l'état premier qui correspond au premier amour. Dans le cadre de l'imagination et de la poésie, cette symbolique de l'eau est la fécondité des souvenirs, du retour à l'enfance, une « symbiose symbolique entre l'eau et l'enfance qui n'est plus à démontrer, tant la valeur d'eau primordiale du liquide amniotique est connue »[222]. Derrière l'eau de la vie, symbolique forte, c'est la matrice originelle, celle qui porte le liquide amniotique qui s'offre à l'imaginaire et à l'inconscient. Ici, la mère devient le symbole de la fécondité et le liquide, une force objectivée qui fait de l'eau, un symbole de vie par excellence.

Conclusion

« L'affinité des femmes avec l'eau est évidente sur le plan symbolique profond. »[223] De cette affinité émergent des valeurs et des caractéristiques féminines qui guident les représentations sur la femme. L'eau, élément culturel fort, élément de vie qui structure l'organisation des sociétés est un « lien consubstantiel entre la culture et la société, la maîtrise de l'eau, quelle que soit la société considérée, suscite des structures mentales et sociales »[224]. Derrière des figures clé, les qualités d'une femme pure, droite et maternelle ou au contraire, inconnue, mystérieuse et dangereuse se dressent comme des valeurs qui définissent la femme.

[216] Jacques Bethemont, « L'eau, le paradis, l'enfer », Les Actes du FIG 2003 : Saint Dié des Vosges, 2003.
[217] Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 135.
[218] Paul Claudel, « Cinq Grandes Odes », p. 48 cité par Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 144.
[219] Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti, 1942, p. 139.
[220] Paul Claudel, « Cinq grandes odes » cité par Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : CIEAU, 2001, p. 19
[221] Unesco, « Eau et visions du monde : eau et mythologie », Journée Mondiale de l'Eau, Paris : Unesco, 22 mars 2006.
[222] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I. EAU, 2001, p. 43.
[223] Gaston Bachelard, L'eau et les rêves. Essai sur l'imagination de la matière, Paris : Librairie José Corti, 1942.
[224] Jules Gritti, L'eau. Mythes et symboliques, Paris : C.I. EAU, 2001.

De ces images, le caractère de fécondité et de matrice originelle impose l'eau comme un liquide – féminin - essentiel à la vie. L'eau, liquide vitale, liquide de vie se confond avec la femme, la mère, la mer, le lait, la pureté ou la loi, la transmission, l'action, la conservation. Les valeurs de l'eau féminine place un lien profond et inconscient entre eau et femme retrouvé dans les perceptions liées à l'hygiène et souvent citées comme expliquant le lien particulier entre eau et femme aujourd'hui. Ce lien se concrétise dans la gestion de l'eau par la femme qui s'occupe autant de la corvée d'eau que de garantir la qualité de l'eau donnée à ses enfants. Les liens symboliques et imaginaires de l'eau replacent la fonction nourricière du rôle de la femme dans le cadre de celui d'un rôle profondément lié à la vie et sa transmission.

13. Soumission d'article pour présentation orale. Colloque franco brésilien, 2-3 septembre, Curitiba (Brésil) : « Genre et Développement en SIC, un domaine délaissé en France ? »

Contribution pour Table n°4 :
Etat d'avancement des recherches en Communication en France et au Brésil

Intitulé :
« Genre et Développement en SIC, un domaine délaissé en France ? »

Mots clés :
Genre, Développement, SIC, féminin / masculin.

Résumé :

Qu'est-ce que le genre en Sciences de l'Information et Communication (SIC) ? Genre, approche genre, dimension genre, l'outil genre, la méthodologie genre, le transgenre… Ou encore, parité, diversité, mixité, gouvernance, égalité, sont autant de termes qui rapportent aux études de « genre ». Placées sous le signe de la diversité lexicale et de la richesse des champs, les études relatives au genre, qui correspondent au domaine étatsunien nommé « Gender studies », recoupent une diversité de domaines d'étude que le choix du seul terme a soulignée.
En SIC, les études genre ciblent les domaines de la représentation des hommes et des femmes dans les médias, le marketing de l'image, les effets des campagnes publicitaires ; mais elles s'intéressent peu au domaine particulier de « genre et développement ». Ces dernières se déploient au niveau des théories liées à l'économie du développement interrogeant le rôle des femmes dans le développement et leurs interactions avec les hommes et la société.
Peu investies en France, voire quasiment ignorées notamment des SIC, les études genres et développement sont essentiellement développées par les sciences économiques, les sciences politiques, la sociologie ou psychologie sociale.
L'objectif de cet article est de présenter ce que recoupe la notion de genre et développement en SIC (première partie), l'état des recherche en France en comparaison avec les recherches au niveau international (deuxième partie) et de développer des pistes de recherche pour déployer ce domaine prometteur et enrichir la notion de genre et développement de l'approche spécifique aux SIC (troisième partie).

Title:
"Gender and development" elapsed by French Communication studies?

Key words:
Gender, development theories, communication studies, male / female identity.

Summary:
What is gender in Communication studies? Gender, gender approach, gender tool, queer, transgender... Or equity, diversity, governance, equality; all these terms refer to the spectrum of "Gender studies". This lexical variety underlines the interest of gender studies originated in the United States. They target a wide range of areas that the only term of gender and its synonyms highlight.
In Communication studies, Gender studies particularly aim at examining the male and female representation in Medias; marketing of sexual identity; impacts of advertising on gender; but rarely consider the specific area of Gender and Development studies. The later develop theories related to development and economy by questioning the place of women within the growth of a society, and its interactions with men and the society.
Poorly developed in France, nearly ignored in Communication studies, Gender and Development studies are more explored by Economics, Political sciences, Sociology or Social psychology. This study aims at presenting what include gender studies in general, and Gender and Development studies in particular, in Communication studies. It will outline the states of the arts on this topic in France compared to the rest of

the world (focusing on Anglo-Saxon studies). At last, it will further propose research topics in order to contribute to enrich Gender and Development studies from a Communication studies approach and specific expertise.

Article :

Qu'est-ce que le genre en Sciences de l'Information et Communication (SIC) ? Un simple recherche lexicale pointe vers le type, le style, la catégorie notamment lexicale, thématique ou encore, le genre journalistique, etc. Les termes et significations rappellent la catégorie d'un « genre » qui ne révèle pas la richesse d'un concept importé des Etats-Unis. Genre, approche genre, dimension genre, l'outil genre, la méthodologie genre, le transgenre… Ou encore, la parité, diversité, mixité, gouvernance, l'égalité sont autant de termes qui rapportent aux études de « genre ». Placées sous le signe de la diversité lexicale et de la richesse des champs, les études relatives au genre, qui correspondent au domaine étatsunien nommé « Gender studies », recoupent une diversité de domaines d'étude que le choix du seul terme a soulignée.

Dans le cas du concept né des études états-uniennes, le genre renvoie aux rapports sociaux et à la répartition des rôles entre les hommes et les femmes comme définie au cours de la Conférence Mondiale sur les Femmes de Beijing en 1995. Il est notamment aborder en Sciences de l'Information et Communication sous l'angle de la représentation des hommes et des femmes dans les médias et divers supports d'information. Largement investi en matière de marketing de l'image, les effets des campagnes publicitaires sur les idées circulant dans notre société, le genre n'est pourtant pas uniquement une problématique d'images des différences sexuelles, il peut aussi se rapporter à la problématique des différences d'état des personnes de sexes différents dans une société donnée conformément aux champs d'études sur « genre et développement ».

Sur la question du développement où l'approche genre a vite connu beaucoup de succès notamment dans les organisations internationales non gouvernementales ou les associations de développement ; les études genre et développement approfondissent les questions de l'intégration du genre ou d'un outil genre, pratique, utile, au service des projets de développement et d'actes concrets pour l'évolution du statut de la femme.

En France, ce domaine est quasiment ignoré des SIC, il est investi par les sciences politiques, la sociologie ou psychologie sociale. L'objectif de cet article est de présenter ce que recoupe la notion de genre et développement en SIC (première partie), l'état des recherche en France en comparaison avec les recherches au niveau international (deuxième partie) et de développer des pistes de recherche pour déployer ce domaine prometteur et enrichir la notion de genre et développement de l'approche spécifique aux SIC (troisième partie).

1. Genre et développement, une notion riche au regard des SIC

Il s'agit tout d'abord de rappeler les théories liées au développement et impliquant une approche genre pour ensuite, présenter les croisements avec les SIC. Il est important de préciser d'emblée ce que recoupe le concept de genre et les études « genre »

Dans le cas du concept né des études états-uniennes, *Gender studies*, le genre renvoie aux rapports sociaux et à la répartition des rôles entre les hommes et les femmes comme définie au cours de la Conférence Mondiale sur les Femmes de Beijing en 1995. Pour présenter le concept dans sa diversité théorique, il est important de restituer le démarrage historique du concept autour du seul concept de différence sexuelle depuis le caractère biologique jusqu'à la répartition consentie des tâches. Ce processus interroge l'identité des sexes, leur construction et affirmation jusqu'à se prolonger sur les questionnements de la transsexualité ou des « queer studies ». La notion est également portée par le féminisme et entretient des liens particuliers avec ce champ d'étude.

Le genre est un courant théorique qui s'interroge sur la construction de l'identité – Homme ou Femme – en interaction avec la société, la domination culturelle, le pouvoir. Le genre est une approche en construction, fruit de la circulation des idées, des pratiques et des discours des acteurs sur la sphère publique. C'est un concept riche et en mouvance. Il est important de noter que des auteurs dit de l'Ecole Française comme M. Foucault ont largement contribué à son essor. Notons enfin que la difficulté de penser le genre explique le flou qui existe pour certains autour de cette notion en constante évolution et qui va donc recouper une multitude de réflexions de la prise de pouvoir, à l'identité sexuelle hybride ou

encore, le développement économique. L'intérêt est de maintenant déterminer les étapes théoriques du genre en matière de développement.
Le concept genre dans la problématique de développement a vite connu beaucoup de succès considéré comme un cadre concret aux concepts des théories et pratiques de développement. Dans le cadre des enjeux de développement apparaît l'idée d'une intégration du genre ou d'un outil genre, pratique, utile, au service des projets de développement et d'actes concrets pour l'évolution du statut de la femme.
En matière de genre et développement, les premières contributions théoriques se déploient au niveau des théories liées à l'économie du développement interrogeant le rôle des femmes dans le développement et leurs interactions avec les hommes et la société. L'influence de ces réflexions déterminent les axes d'action des programmes de grands organismes internationaux bailleurs de fonds à travers plusieurs moments partant de la première approche dite de l'intégration des femmes vers le développement d'autres approches pensant le genre et le développement puis la prise de pouvoir par les femmes. C'est avec la maturité du concept que les théories de développement vont s'affiner pour dessiner les concepts dominants actuels croisant femme, développement et économie. Ces courants des pratiques du développement sont basés sur deux auteures clés en matière de théorie de développement et genre : E. Boserup véritable pionnière qui publie en 1974, *La femme face au développement durable* et C. Moser dont les travaux ont contribué à développer les savoirs en matière de planification et sur comment répondre aux besoins des femmes et des hommes. Autour de ces deux conceptions fondamentales, la littérature sur genre et développement s'est multipliée au cours des années 90 interrogeant divers champs d'application pour la promotion d'un développement basé sur l'égale participation des hommes et des femmes dont il faut retenir les apports plus récents de L. Beneria, J. Bissiliat, C. Verschuur ou R. Braidotti.
De l'étude rapide de ces auteures, il faudra retenir la réappropriation du genre par différents domaines investissant les domaines de l'économie du développement et de l'environnement. Toutes dénoncent un modèle dominant que le genre se propose de redéfinir. Au regard des SIC, plusieurs axes de travail s'établissent contribuant à enrichir la notion et les fondements des études genre et développement.
1/ Ces apports s'établissent sur les champs de l'image comme la question de la circulation et réalité de la vision traditionnaliste et image de la femme dans les discours et pratiques. Autre pendant à cette approche, la question de la symbolique et de la relation inconsciente de la femme aux facteurs de développement notamment au niveau des ressources alimentant un discours basé sur des préjugés et idées préconçues d'un lien particulier entre femme et développement humain ou encore, gestion des ressources et développement durable.
2/ La contribution des SIC est également évidente au niveau de l'analyse du discours porté par les acteurs liés aux pratiques de développement interrogeant la problématique des impacts et bénéfices en tant que discours de la promesse d'un développement voire d'un monde meilleur. Autour de cet attirail discursif se déploie une rhétorique de la preuve, de l'outil et de la méthode intéressante à analyser depuis des lunettes de communication. Un aspect du discours à considérer serait l'aspect fondamentalement politique d'un tel discours et en quoi il peut se déplacer dans le champ de la communication politique ou du marketing du discours politique. Enfin, il s'agirait de développer l'émergence de ce discours sur la sphère publique et déterminer les mouvements et éléments fondateurs qui ont permis à ce discours de s'imposer au sein de la société en tant que discours inévitable notamment en politique.
3/ Le troisième aspect que ce premier déchiffrage ouvre est la question des pratiques qui viserait à questionner « genre et développement » sous l'angle de la transmission et de la médiation poussant à s'interroger sur les changements apportés par cette circulation tant des discours, des outils et des habitudes et perceptions sur « genre et développement ». L'autre volet de l'angle des pratiques cible enfin la relation de « genre et développement » aux autres discours et pratiques sur le genre notamment la question de la division du travail ou des représentations sexuées / sexuelles.
L'objectif de cette contribution visera à développer le croisement des études « genre et développement » et de ce qu'elles recoupent à travers les outils et théories de Sciences de l'Information et de la Communication pour déterminer les apports potentiels des SIC à cette notion.

2. L'état des recherches en France, un axe peu développé en SIC

Le constat est édifiant, le genre et le développement sont rarement étudiés en SIC en France, ils le sont d'une manière générale, peu investie par les sciences sociales de l'hexagone. Il faut rappeler pour

expliquer cette lacune, la tradition anglo-saxonne de l'étude du genre à fortiori, de genre et développement. A ce titre, le terme « genre » est issu de la traduction de « gender » qui a fait couler beaucoup d'encre sur le choix de cette traduction discutée par les choix de « mixité », « parité », « égalité » et plus particulièrement, « sexe », « différence sexuelle » et « approche séxo-spécifique ». A partir de ce postulat, il convient de remarquer que le regard des SIC reste peu exploité au niveau de l'approche « genre et développement ». C'est sous l'angle de l'information et de la sensibilisation que les acteurs vont se réapproprier les SIC en questionnant leurs pratiques afin de les affiner pour mieux atteindre les objectifs promis pour le développement des sociétés visées. Les recherches portent donc principalement sur la diffusion du concept que ce soit hors de la France (BRIDGE[225], les contributions de l'ACDI[226], ou encore, les chaires universitaires de l'UNESCO sur le genre) ou en France (Réseau Genre en action[227], les travaux de l'IRD[228], les contributions de l'AFD[229], PsEAU[230]). En SIC, nous souhaitons approfondir les travaux menés par Paris XII, l'Université de Bordeaux et l'Université de Grenoble en matière de SIC et éventuellement, chercher à travers les formations sur le développement, les éléments liés au questionnement masculin et féminin ou encore, les études sur genre et travail et leur éventuel intérêt sur cette problématique.

Le premier constat a été de percevoir un intérêt premier des SIC aux études sur les images et représentations masculines / féminines sans s'attarder en particulier sur l'aspect « développement » et les différentes entrées particulières aux SIC comme le discours, les représentations et les pratiques. Il pourrait alors se nicher un certain nombre d'enseignements et axes de réflexion liés à des questionnements de SIC qui pourrait alimenter un projet plus global de recherche de communication sur « genre et développement ». Notons que ces niches contribueraient à confirmer le statut profondément protéiforme des SIC à la croisée de plusieurs disciplines des sciences sociales.

L'objectif de cette partie sera de recenser les différentes recherches menées globalement sur « genre et développement » puis en particulier, les éventuelles recherches menées en SIC sur les différents volets de cette approche.

3. Des pistes de recherche pour les SIC

A partir de l'étude du croisement « genre et développement » et SIC enrichi de la variété des lieux de recherches sur cette approche, nous souhaitons proposé des pistes futures pour la recherche en SIC en France. En se basant sur les trois premières catégories croisées au regard des SIC, certains champ de recherche peuvent être d'ores et déjà développés.

1/ En matière de discours, les recherches pourraient porter sur les figures féminines dans les discours sur développement, développement durable et les ressources. Elles pourraient inclure l'étude des figures charismatiques et emblématiques à l'échelle française et internationale en tâchant de comparer ces figures féminines et masculines au niveau des discours et valeurs que chacune de ces figures utilisent dans leur discours et véhiculent aux yeux du public.

Un autre domaine pourrait s'intéresser au discours de la coopération internationale française en ciblant les valeurs véhiculées sur la femme et l'homme pour éventuellement les comparer avec d'autres agences de développement. Cet aspect pourrait être étendu à différentes organisations afin d'établir les dimensions du discours de la coopération française en matière de genre et développement. Les études de cas sont très riches en ciblant les associations quel que soit leur niveau (du local à l'international), les entités publiques ou les entreprises privées qui s'engagent sur ce type de créneau.

Toujours sur la question des discours, l'aspect de l'outil et des indicateurs utilisés dans les discours et supports des organisations et des médias pourraient alimenter l'idée d'un concept de la preuve, d'un discours du concret qui rend visible des résultats chiffrés au détriment peut-être, de la réalité et changements véritables.

Un aspect complémentaire que nous pourrions proposer serait le questionnement sur le discours de la promotion par le genre d'un modèle de développement qui permettrait l'accès à la politique ou à la sphère

[225] BRIDGE : Briefing sur le Développement et le Genre, Programme développé par l'Université de Sussex, Grande Bretagne.
[226] ACDI : Agence Canadienne de Développement International.
[227][227] Ce réseau est mené par l'Université de Bordeaux également Chaire UNESCO.
[228] IRD : Institut de Recherche et Développement.
[229] AFD : Agence Française de Développement.
[230] PsEAU : Programme de Solidarité Eau.

économique des minorités notamment les femmes. S'intéresser aux messages et valeurs portés par ces discours pourraient dévoiler des persistances discursives et sociales plus profondes ou au contraire, des évolutions sociétales plus rapides qu'elles n'apparaissent en général.
Nous conclurons sur le processus d'affirmation et visibilité du discours « genre et développement » au sein de la société et sur la sphère publique. Ce domaine nous intéresse particulièrement car il fait l'objet de notre recherche de doctorat et s'attaque à un concept riche et fécond des SIC qui est la question du visible et invisible. A quel moment ce discours s'est-il imposé sur la sphère publique ? Quels sont les acteurs qui ont porté ce discours à la connaissance de tous ? Le discours a-t-il connu des étapes de visibilité passant d'un discours mineur à un discours clé et inévitable notamment pour les organisations internationales ou les personnalités politiques ? Nous pourrons développer ici quelques conclusions issues du travail de thèse qui a ciblé l'analyse du discours de « genre et développement » dans le secteur de l'eau, s'est intéressé aux étapes de mise en visibilité d'un outil et approche « genre » dans les pratiques de développement.
2/ Sur la catégorie de l'image, nombre de recherches pourraient se poursuivre notamment sur les lieux symboliques du développement et des modèles de développement. A ce niveau, un lien évident est à établir avec le développement durable ou encore, le développement humain ou développement économique. L'image d'un homme ou d'une femme aux valeurs et à la sensibilité plus évoluée que l'autre sexe apparaît souvent. Il serait intéressant de pousser sur les fondements culturels éventuellement symboliques qui nourrissent ces perceptions d'une femme plus apte à protéger l'environnement que l'homme ; ou un homme plus capable de réussir dans le monde des affaires que la femme.
La problématique de l'image peut se poser au niveau du pays et notamment de la France qui en tant que pays développé propose une certaine image du développement à travers ses actions et discours sur genre et développement. Il pourrait être pertinent de développer les discours, les messages et d'établir les images qui circulent dans ce domaine.
Pour poursuivre l'analyse, l'autre niveau qui découle naturellement est celui des médias qui diffusent des images et représentations sur les hommes, les femmes et les enfants en matière de développement, d'accès au développement et de modèle de développement. Il s'agirait de déterminer quelles sont ces images, leurs perceptions et pointer leurs influences sur le mode de vie social.
A travers ces pistes se détache la question de l'image de la minorité, ce qui en est dit et montré. La femme, minoritaire, quelle est sa place par rapport à d'autres minorités ? Quel est son statut dans les discours sur le développement en comparaison à d'autres minorités en s'attelant à proposer différents lieux d'études afin de comparer entre organisations privées, associations, institutions, médias…
3/ Sur le domaine des pratiques, une première sphère d'étude pourrait s'atteler à comparer les différents enseignements et modules de formation proposés sur « genre et développement » dans les organisations non gouvernementales, les associations, les entités publiques en France et à l'échelle internationale. Il s'agirait de cibler les pratiques de transmission et médiation à travers le temps et les cultures. La question de la diffusion et de la médiation cible également les pratiques « genre et développement » chez de tels acteurs.
Un autre aspect serait dans le prolongement du questionnement de l'émergence et l'affirmation d'un discours ou d'une pratique porte sur la généralisation des études et des approches genre dans les projets de développement, comment se fait-elle au niveau de l'information et communication des acteurs ?
Cette dernière étape a pour but d'ouvrir des pistes pour étendre les domaines de recherche sur genre et développement à la fois pour les SIC et pour les sciences sociales qui s'intéressent plus traditionnellement à cet aspect notamment, les sciences économiques, la sociologie, la psychologie sociale, etc.

Cette recherche souhaite situer l'intérêt d'étudier le concept « genre et développement » en SIC afin de l'étendre et le développer tant au niveau de la France qu'à l'international. Dans ce contexte, l'intérêt d'échanger sur ces travaux dans le contexte d'un colloque international est d'autant plus pertinent dans la mesure où il permettrait d'ouvrir la réflexion aux pratiques en cours au Brésil sur le domaine du genre en général, du genre et développement en particulier.

Bibliographie

BARD C., BAUDELOT C., MOSSUZ-LAVAU J. *Quand les femmes s'en mêlent, genre et pouvoir*. Paris : La Martinière, 2004.

BENERÍA L., BISNATH, S. *Gender and development: theorical, empirical and pratical approaches.* Northampton: Edward Elgar Publishing Inc, 2001.

BISSILLIAT J., VERSHUUR C. (dir.) *Le Genre : un outil nécessaire ; introduction à une problématique.* Paris : L'Harmattan, 2000.

BOSERUP E. *La femme face au développement économique*. Paris : Presse Universitaire de France, 1983.

BRAIDOTTI R., CHARKIEWICZ E., HAUSLER S., WIERINGA S. *Women, the environment and sustainable development. Toward a theoretical synthesis*. London: Zed Books Ltd, 1994.

GUETAT H. (dir.) *Genre et développement.* Toulouse : Presses Universitaires du Mirail, 2006.

LOCOH T., LABOURIE-RACAPE A, TICHIT C. *Genre et développement : des pistes à suivre*. Paris : CEPED, 1996.

MOSER C. *Gender Planning and Development: Theory, Practice and Training*. London and New York: Routledge, 1993.

14. Soumission d'article pour présentation orale. Young Water Professionals, Regional workshop for Benelux, Eidenhoven, the Netherlands, September 2009 : "Adapting research and politics through applied IRWM, the WssTP as a tool for an integrated European water research sector?"

Hervé-Bazin Céline A.

*127, rue du Colonel Bourg, 1150 Brussels, Belgium
celinehervebazin@yahoo.fr
Phone: +32 474 89 31 49
Fax: +32 27 06 40 81

Keywords: IWRM; Integrated Research; Governance; European Commission; Private-Public Partnership; Technology Platform

Summary
In 2004, the European Union (EU) created European Technology Platforms (ETPs) to develop a strategic agenda for leading technologies. The Water supply and sanitation Technology Platform (the WssTP) is the ETP focusing on water global future challenges at a European level. The WssTP aims to develop an effective collaboration between the different communities working in the water sector. The WssTP provides strategic answers for the water research future challenges.
The objectives of this paper are to determine how to WssTP contributes to step to more concrete practices, attitudes and cooperation between the different user groups achieving the principles of the Integrated Water Resource Management (IWRM) at the European level. This study will also question the relationships between research challenges and innovation needs with political and economic agenda. It will also examine key concepts as governance, water management and strategic vision in the water sector but also in research, economy and society. The main results should draw the attention on the difficulty of applying basic principles for integrated policy-making and to develop European integrated water resources for research. It aims at elaborating functioning scheme of collaboration between stakeholders of the water sector.

Outline paper
In 2004, the European Union (EU) created European Technology Platforms (ETPs) that aim at "bringing together technological know-how, industry, regulators, and financial institutions to develop a strategic agenda for leading technologies"[231]. A primary objective of European Technology Platforms is to influence industrial and research policy at the European, national and regional level, and to encourage public and private investments in R&D and innovation in key technological areas.
After four years of existence, ETPs had a real impact on other community policies, such as industry, sustainable development, health, transport and education. They played an important role in overcoming regulatory and administrative barriers to research and innovation in Europe as well as to influence broader societal issues. ETPs are one of the different tools launched to concretely apply the Lisbon Agenda.
The main idea and concept of the Lisbon Agenda is to extend an economy based on knowledge and innovation; it wants to build up a more competitive and dynamic European market, more specifically in research and technology development. The EU created 31 ETPs on key challenges; the Water supply and sanitation Technology Platform (the WssTP) is the ETP focusing on water global future challenges at the European level.
The WssTP was initiated to stimulate the development of a long term Research and Technology Development strategy for the European water sector. The WssTP aims to develop an effective

[231] Third Status Report on European Technology Platforms, At the Launch of FP7, Report compiled by a Commission Inter-Service Group on European Technology Platforms, March 2007 Directorate-General for Research EUR 22706 EN.

collaboration between the different communities working in the water sector. The WssTP provides strategic answers for the water research future challenges.

The WssTP regroups major industries, research centres, universities, water utilities and water users in order to deliver a vision for the European water sector targeting research challenges. The organisation already developed a Strategic Research Agenda (SRA), a Vision Document and an Implementation plan along with reports on ongoing and future research topics related to key challenges as alternative resources water, managing flood, sludge, etc. Addressing stakeholders of each European country, the WssTP aims at representing both Europe and the water sector interests for the specific domain of water research.

In the current context of economic crisis, calls for "greening the economy" and the raising need of more technology; the tasks and goals of the WssTP are to identify the main global challenges for the water sector in Europe by providing a vision for the next 30 years. It also included developing integrated research solutions and project from fundamental research to implementation cases and technological applications for the market. Its activities contribute to build a competitive European water sector, to foresee and point out potential technological breakthroughs and to concretely apply the principles of Integrated Water Resources Management (IWRM).

The objectives of this research are to question how the strategic research agenda and the research activities of the WssTP contribute to step to more concrete practices, attitudes and cooperation between the different user groups. As integrated management means that all the different uses of water resources are considered together, the WssTP aims at developing integrated solutions taking into account the different vision of each actor based on a participatory decision making.

The main goal of this presentation is to question the concrete possibility to apply the IWRM at the level of the European water sector, **to question the relationships between research challenges and innovation needs with political and economic agenda. This enquiry will examine key concepts as governance, water management and strategic vision in the water sector but also in research, economy and society.**

This research twins communication studies and political sciences in order to combine an interesting approach to search 1/ how the WssTP contributes to foresee technological advancements for European programs but also, to implement key research projects at the European scale 2/ to investigate if the WssTP could be considered as a tool to apply the IWRM at the European level and 3/ to examine how the WssTP influences the political agenda of decision makers particularly at the European level. This last area questions the principles of governance, private-public partnership and lobby in the context of the European Commission and the water sector.

This study is based on discourse analysis; it will explore key official international texts and literature of documents on the IWRM. It will compare the principles and discourses conveyed by different organisations on IWRM with key documents and official text produced by the European Commission and the WssTP since 2004. This analysis was also completed while working for the WssTP as a Liaison officer and as young water professional.

The main results and findings of this research underlined the difficulty of applying basic principles for integrated policy-making but also to further develop a European integrated water resource for research projects. The diversity of present actors in the water sector points out the various existing to implement "a process which promotes the co-ordinated development and management of water, land and related resources, in order to maximize the resultant economic and social welfare in an equitable manner without compromising the sustainability of vital ecosystems"[232]. These limits are political, economic, cultural, etc. Differences between research methodologies and priorities of a country or type of organisations also complicate collaboration and building of common research projects.

From this analysis, many aspects of governance are investigated; it highlights the issue of managing influences between industries, research entities and decision makers in the context of the European program and policy. Despites each one interest, the WssTP seems to be an interesting scheme to push the water actors to build the European competitive market targeted by the Lisbon Agenda. Based on the results of this study, we should also contribute to further discuss and elaborate a functioning scheme of collaboration between stakeholders of the water sector.

[232] Global Water Partnership. Integrated Water Resources Management. TAC Background Papers, no 4, 2000, p. 22.

References

On IWRM

American Water Works Association Research Foundation. "Minutes of Workshop on Total Water Management." Seattle, WA and Denver, CO: American Water Works Association, August 1996.

Global Water Partnership. Integrated Water Resources Management. TAC Background Papers, no 4, 2000.

Grigg, Neil S. Water Resources Management: Principles, Regulations, and Cases. New York: McGraw-Hill, 1996.

Mitchell, Bruce. "Integrated Water Management." In *Integrated Water Management: International Experiences and Perspectives,* ed. Bruce Mitchell. London, U.K.: Bel-haven Press, 1990.

White, Gilbert F. *Strategies of American Water Management.* Ann Arbor: University of Michigan Press, 1969.

World Bank. Water Resources Management - A World Bank Policy Paper. The World Bank, Washington DC, 1993.

On ETPs

Third Status Report on European Technology Platforms, At the Launch of FP7, Report compiled by a Commission Inter-Service Group on European Technology Platforms, March 2007 Directorate-General for Research EUR 22706 EN

Overview of European Technology Platforms in ICT, Report, March 2006

Communication from the Commission: "Building the European Research Area of Knowledge and Growth", COM (2005)118, 6 April 2005

ETP's, are they only for industry? Forging a European Ecosystem Patrick Dewilde, DIMES, TU Delft, 2006.